T.C.

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GÖRSEL KÜLTÜR ANABİLİM DALI

TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

DİJİTAL KÜLTÜR VE SANAT ÖGELERİ

MELİH TÜZÜN

1228247101

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. MUSTAFA HATİPLER

EDİRNE 2025

Tezin Adı: Dijital Kültür ve Sanat Ögeleri

Yazan: Melih Tüzün

ÖZET

Bu tez çalışmasında, kültür kavramının tarih öncesi çağlardan dijital çağa uzanan dönüşümü incelenerek, bu dönüşümün sanat üzerindeki etkileri görsel kültür perspektifinden analiz edilmek istenmektedir. Çalışmada, kültürün toplumsal, ekonomik ve teknolojik değişimlere bağlı olarak sürekli evrilen bir yapı olduğu düşüncesinden hareketle, özellikle Sanayi Devrimi'nin kültürel ve sanatsal üretim biçimlerinde yarattığı kırılma incelenmiştir. Modernleşme süreciyle birlikte, sanatın üretim, paylaşım ve alımlama biçimlerinin köklü bir değişim geçirdiği görülmüştür. Tezin temel odağının dijitalleşmenin kültür ve sanat üzerindeki etkileri oluşturmaktadır. Bu bağlamda dijital kültür kavramı tanımlanmış; bilgisayar oyunları ve NFT'ler gibi çağdaş dijital sanat biçimleri, görsel kültür disiplini çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu dijital pratiklerin yalnızca yeni birer ifade biçimi değil, aynı zamanda izleyici ile sanat arasındaki ilişkiyi dönüştüren kültürel yapılar olduğu tespit edilmiştir. Dijital kültürün, sanatı hem biçimsel hem de işlevsel olarak dönüştürdüğü; izleyiciyi etkileşimli bir katılımcıya dönüştürdüğü ve görsel anlatı biçimlerine yeni estetik boyutlar kazandırdığı görülmüştür. Bu bağlamda tez çalışmasının, dijital çağın sanatsal üretim biçimlerini yalnızca teknik bir yenilik olarak değil, aynı zamanda kültürel ve estetik bir dönüşüm olarak ele alması açısından önem arz ettiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital kültür, görsel kültür, sanat, bilgisayar oyunları, NFT, Blockchain

Title of the Thesis: Digital Culture and Art Elements

Author: Melih Tüzün

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the transformation of the concept of culture from prehistoric times to the digital age, through the lens of visual culture. The study is based on the idea that culture is a constantly evolving structure shaped by social, economic and technological changes. In this context, particular attention is given to the rupture brought about by the Industrial Revolution in cultural and artistic production methods. It is observed that, with the process of modernization, the modes of producing, sharing, and receiving art underwent a fundamental transformation. The main focus of the thesis is the impact of digitalization on culture and art. In this regard, the concept of digital culture is defined, and contemporary digital art forms such as video games and NFTs are evaluated within the framework of the visual culture discipline. These digital practices are identified not only as new forms of expression but also as cultural structures that transform the relationship between the audience and art. It has been observed that digital culture transforms art both formally and functionally, turns the viewer into an interactive participant, and adds new aesthetic dimensions to visual narrative forms. In this context, the thesis is considered significant in that it approaches the artistic production methods of the digital age not merely as technical innovations, but as cultural and aesthetic transformations

Keywords: Digital culture, visual culture, art, computer games, NFT, Blockchain

ÖNSÖZ

Bu tez çalışması, kültürün tarih öncesi dönemlerden dijital çağa uzanan dönüşümünü ve bu dönüşümün sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve sanatsal etkilerini görsel kültür perspektifinden ele almak amacıyla hazırlanmıştır. Kültürün ve sanatın geçirdiği yapısal değişimlerin, özellikle dijitalleşme süreciyle birlikte aldığı yeni biçimler, bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

Yardımlarını ve hoşgörüsünü esirgemeyen, bana yol gösteren ve hiçbir zaman geri çevirmeyen Doç. Dr. Nilgün Becenen'e; yoğun iş rutinini içerisinde benimle ilgilenen Prof. Dr. Mustafa Hatipler'e teşekkürü borç bilirim. Saygı ve sevgiyle…

Melih Tüzün

Edirne, 2025

İÇİNDEKİLER

ÖZET i
ABSTRACT ii
ÖNSÖZ iii
KISALTMALAR LİSTESİ x
1.GİRİŞ 1
2.KÜLTÜR 2
2.1. Kültür Kavramı Nedir Nasıl Oluşur 2
2.2 Kültürün Aktarımı ve Zaman İçerisindeki Değişimi 4
2.3. Görsel Kültür Kavramı 9
2.4. Dijital Kültür 14
3. SANAYİ DEVRİMİ VE SANATA ETKİLERİ 17
3.1. Sanayi Devrimi ile Değişen Kültür 24
3.2. Tüketim Toplumu 26
3.3. Tüketim Toplumu Sanatı 31
3.4. Reklam 34
4.SANAT KAVRAMININ OLUŞUMU VE GELİŞİMİ 43
4.1. Mağara Resimleri 48
4.1.1. Resmi Yönlendirenler 49
4.2. İnanç Adı Altında Yapılan Resimler 51
4.3. Dinlerle Şekillenen Resim 54
4.4. Rönesans ve Devamında Gelişen Sanat Akımları 57
5.DİJİTAL DEVRİM: DİJİTAL KÜLTÜR VE SANAT ÖGELERİ 67
5.1.Amaç ve Önem 67
5.2. Kapsam 68
5.3. Dijitalin Kullanım Çevresi 70
5.4. Sanatın Dijitalleşmesi 72
5.5. Bilgisayar Oyunları 79
5.6. Blockchain Teknolojisi 97
5.7. NFT 101
5.7. Sanal Gerçeklik ve Müzeler 120
SONUÇ 133

KAYNAKÇA 135
DİZİN 147

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: Bitlis Ahlat Mezarlığı Mezar Kitabesi **5**

Görsel 2: N.W. Ayer & Son reklam afişi **22**

Görsel 3: De Beers reklam afişi 2 ..... **23**

Görsel 4: Andy Warhol'un Campbell çorba kutuları **35**

Görsel 5: Deodorant görseli **38**

Görsel 6: Deodorant görseli **38**

Görsel 7: Open Spaces reklam filmi kırda yürüyüş sahnesi **39**

Görsel 8: Burberry Open Spaces reklamı **39**

Görsel 9: Burberry Open Spaces reklamı **40**

Görsel 10: Burberry Open Spaces reklamı **42**

Görsel 11: Reşidüddin Hemedani, Hz. Muhammed, Hacer'ül Esvedi, Kabeye yerleştirirken **50**

Görsel 12: Tümgeneral John E. Wool'un (1784–1869) Kılıcı ve Kını **51**

Görsel 13: Aslan Başı Şeklinde Sallet **52**

Görsel 14: İskit tacı **53**

Görsel 15: Noin ula Kurganından çıkan Halı üzerindeki hayvan mücadele sahnesi **54**

Görsel 16: Chludov el yazması Mezmurlar kitabından İkonaklazmayı anlatan çizim **56**

Görsel 17: Super Mario Bros Pixel görüntüsü **76**

Görsel 18: Stardew Valley ekran görüntüsü **77**

Görsel 19: Stardew Valley tanıtım kapağı **77**

Görsel 20: Victor Belda tarafından Pixel sanatı olarak yapılmış Mona lisa. **78**

Görsel 21: Landscape Pixelart. Phillipp A. Urlich **79**

Görsel 22: ESA verisi **81**

Görsel 23: ESA verisi **82**

Görsel 24: ESA verisi **83**

Görsel 25: Türkiye Oyun Pazarı 2024 pazar payı tablosu **84**

Görsel 26: Türkiye oyun sektörü istatistiği **84**

Görsel 27: Türkiye oyun sektörü raporu gelir istatistiği **85**

Görsel 28: Türkiye oyun sektörü raporu yaş dağılımı istatistiği **86**

Görsel 29: Türkiye oyun sektörü raporu cinsiyet dağılımı istatistiği **87**

Görsel 30: Hareket yakalama sisteminin kullanılma anı **89**

Görsel 31: Journey Tanıtım Görseli **89**

Görsel 32: Journey renk paleti **91**

Görsel 33: Journey renk paleti **92**

Görsel 34: Witcher 3 diyalog seçim görseli **95**

Görsel 35: Blokzincir görsel anlatımı **98**

Görsel 36: Sistem yapı görseli **100**

Görsel 37: Jack Dorsey'in Twiti **103**

Görsel 38: CryptoPunk #1 ..... **104**

Görsel 39: CryptoPunk #10 ..... **105**

Görsel 40: CryptoPunk #100 ..... **105**

Görsel 41: Everydays **106**

Görsel 42: AI Data Sculpture: ISS, Hubble, MRO **108**

Görsel 43: Machine Hallucinations: ISS Dreams- A **108**

Görsel 44: Machine Hallucinations: ISS Dreams -C **109**

Görsel 45: Machine Hallucinations: Synthetic Landscapes: Mars **110**

Görsel 46: Machine Hallucinations: Synthetic Landscapes: Mars **111**

Görsel 47: Machine Hallucinations: MRO Dreams -C.....**111**

Görsel 48: Las Vegas Sphere **112**

Görsel 49: Sphere iç mekan **113**

Görsel 50: Sphere iç mekan **113**

Görsel 51: Machine Hallucinations: Sphere **114**

Görsel 52: Machine Hallucinations: Sphere **114**

Görsel 53: Casa Batllo dış cephe **115**

Görsel 54: Gaudi'nin zihninde **116**

Görsel 55: Casa Batllo **117**

Görsel 56: Casa Batllo **118**

Görsel 57: Living Architecture: Casa Batlló NFT **119**

Görsel 58: Sensorama **121**

Görsel 59: Sistem türleri **122**

Görsel 60: Louvre Müzesi sanal turu 2.odası **124**

Görsel 61: Mona Lisa saldırısı görseli **126**

Görsel 62: Assassin's Creed Origins İskenderiye Feneri **127**

Görsel 63: Alman Arkeolog Hermann Thiersch'in İskenderiye feneri çizimi **128**

Görsel 64: Discovery Tour by Assassin's Creed: Ancient Egypt ekran görüntüsü..... **129**

Görsel 65: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü..... **130**

Görsel 66: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü..... **131**

Görsel 67: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü..... **131**

Görsel 68: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü..... **132**

KISALTMALAR LİSTESİ

NFT: Non Fungible Token

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

RYO: Rol Yapma Oyunu

ESA: Entertainment Software Association

BAFTA: British Academy Film Awards

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

1. GİRİŞ

Kültür kavramı, insanlık tarihinin en eski dönemlerinden bu yana biçimlenmekte olan, toplumsal yaşamın, inanç sistemlerinin, sanat anlayışlarının ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle sürekli dönüşen dinamik bir yapıyı ifade etmektedir. Tarih öncesi çağlarda mağara resimleri ve ritüel nesneleriyle temellenen kültürel ifade biçimleri, insan topluluklarının doğayla ve birbirleriyle kurdukları ilişkilerin bir yansıması olarak şekillenmiştir. Bu tarihsel süreçte kültür, yalnızca maddi üretimle değil, aynı zamanda anlam üretimiyle de iç içe geçmiş bir olgu olarak varlığını sürdürmüştür.

Sanayi Devrimi ile birlikte kültürel yapılar köklü bir dönüşüm sürecine girmiştir. Mekanikleşme, seri üretim ve kentleşme gibi olgular, yalnızca üretim biçimlerini değil, aynı zamanda sanatın üretim, paylaşım ve tüketim koşullarını da değiştirmiştir. Sanat artık yalnızca seçkin sınıflara ait bir etkinlik olmaktan çıkmış, toplumsal gerçekliğe daha doğrudan temas eden bir anlatı alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda sanatın tanımı, işlevi ve ifade biçimleri modern çağla birlikte yeniden şekillenmiştir.

20. ve 21. yüzyıllarda dijital teknolojilerin yaygınlaşması kültürel üretimi radikal biçimde dönüştürmüş ve kültür kavramını dijital bir boyuta taşımıştır. “Dijital Kültür” olarak adlandırılan bu kültürel yapı, bireylerin gündelik yaşam pratiklerinden sanatsal üretimlerine kadar geniş bir etki alanına sahiptir. Bilgisayar oyunları, sosyal medya platformları, sanal gerçeklik ve NFT gibi dijital sanat biçimleri, çağdaş kültürün hem taşıyıcısı hem de üreticisi konumuna gelmiştir. Bu çalışmada, kültür kavramının tarihsel süreç içerisindeki evrimi temel alınarak dijital kültürün oluşumu

ve kültür içerisinde sanatsal üretimin nasıl değiştiği incelenecektir. Özellikle bilgisayar oyunları ve NFT'ler gibi dijital sanat formları üzerinden, sanatın günümüzdeki anlamı ve işlevi yeniden değerlendirilecektir.

2.KÜLTÜR

2.1. Kültür Kavramı Nedir Nasıl Oluşur

Kültür kelimesinin kökeni Latince cultura sözcüğüne dayanmaktadır. Latince'de colere, sürmek, ekip biçmek anlamına gelirken, cultura ise Türkçedeki "ekin" karşılığındadır. Kültür kelimesi farklı milletlerde de bu ve buna yakın anlamlarda kullanılmıştır (Güvenç, 1979)[1]. Kültür kavramını tanımlamak oldukça zor bir iştir; zira birçok inceleme kategorisi üzerinden farklı bakış açılarıyla tanımlanmaktadır. Kültür konusunda yayımlanan bir antolojide, kültür kavramının 164 farklı tanımı derlenmiştir (Kroeber & Kluckhohn, 1952)[2]. Kısaca söylenmek istenen, insanın kendinden sonra gelecek nesillere aktaracağı davranışları, sözleri ve törenleri aktarıp devamını sağlamasıdır. Toplumların dünyayı algılama biçimi, isteyerek veya istemeyerek değişmektedir. Yerine getirdikleri davranışlar veya onlar için önemli olan olayları anıtsallaştırarak somut ve soyut kültürel davranışlar oluştururlar. Aynı kültürü paylaşan toplumlar, bir sürü gibi birbirlerini tanımakta ve ailenin fertleri olarak görmektedirler. Bu nedenle, aynı kültüre sahip bir kişi, kendi kültürüne ait farklı bir ülkeye gittiğinde yabancılık çekmemektedir.

---

[1] Bozkurt, Güvenç, *İnsan ve Kültür*, 3.basım, Remzi Kitabevi, İstanbul 1979, S:96.

[2] Alfred Louis Kroeber-Clyde Kluckhohn, *Culture: A Critical Review of Cencepts and Definitions*, 51, Harvard University, Cambridge, Massachusetts, U.S.A. 1952, S:149.

Kültür, bireyin yaşamı boyunca kazandığı yetenekler ve alışkanlıklar bütünüdür (Tylor, 1871)[3]. Kültür, sadece bireyin toplumdan öğrendiği ve uyduğu davranışlar değil, bilgi, inanç, ahlak, hukuk ve adetlere ek olarak, bireyin topluma kattığı kişisel gelişim ve iradesini de maddi ve manevi anlamda içermektedir. Çok boyutlu bir olgu olan kültür kavramı, bireyin ve bireylerin bir araya gelerek zaman içerisinde oluşturduğu birikimlerle anlam dünyalarını soyuttan somuta geçiren bir unsurdur.

Toplumu oluşturan bireyler, birlikte yaşadıkları deneyimleri biriktirerek o toplumun kültürünü oluşturmuş olurlar. Bu bireylerin devamı olan mirasçılar ise zaman içerisinde benzer ya da farklı olayları deneyimleyerek toplumun kültürüne yeni katkılarda bulunmuş, böylece o toplumun kültürünü yaşatıp geliştirmiştir. Yazının bulunması ve kullanılmasıyla tarihe not düşülen olayların günümüzde çözümlenmesi ya da bilinmesi sayesinde kültürün oluşum aşamalarını somut olarak görebilmekteyiz. Bu süreç "tarihsel birikim" olarak tanımlanmaktadır (Hobsbawm & Ranger, 1983)[4].

Toplumun bulunduğu konum, bireyin fiziksel görünüşünü ve gelişimini etkiler; aynı zamanda bireyin çevresindeki tabiat, bireyi hayatta kalmasını sağlayacak şekilde adaptasyona zorunlu kılar. Tabiat, bireyin kendisine olduğu kadar topluma ve toplumun kültürüne de etki etmektedir. Coğrafyanın etkisiyle insan iskeletinde ve vücudun farklı bölgelerinde adaptasyonlar gözlemlenmiştir. Örneğin, kuzeyde yaşayan bireylerin ikliminde yoğun kar yağışı ve soğuk hava

---

[3] Edward Burnett, Tylor, *Primitive Culture,* 1. Basım, John Murry, London 1871, S:4.

[4] Eric Hobsbawm-Terence Ranger, *The Invention of* Tradition, 1. Basım, Cambridge University press 1983, S:6.

hakim olduğundan gözlerinde kısıklık görülmektedir. İbn Haldun, "Mukaddime" adlı eserinde iklimin insanları nasıl değiştirdiğini açıklamaktadır (Haldun, 2007)[5].

Coğrafi farklılıklar, insanların kültürünün oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Hayvancılığın yapılmasını mümkün kılan yaylalara sahip alanlarda yaşayan topluluklar, hayvancılığı bir kültür olarak benimseyip mirasçılarına öğreterek, onların hayvancılığı devam ettirmesini ve geliştirmesini sağlayacaklardır. Yaylaların bulunmadığı iklimlerde yaşayan toplumlar ise hayvancılıktan ziyade farklı beslenme yöntemlerine yöneleceğinden, mirasçılarına o coğrafya ve iklime uygun kültürel değerler bırakacaklardır (Diamond, 1997)[6].

2.2 Kültürün Aktarımı ve Zaman İçerisindeki Değişimi

Toplumların iç içe geçmesi, var olan kültürlerin karışmasına ve bu karışan iki kültürden yeni bir kültürün oluşmasına sebep olmaktadır. Ticaret, göç ve savaş gibi toplulukların yoğun şekilde karşılaştığı durumlarda toplumlar arasında kültür aktarımı gerçekleşir. İslam devletinin Azerbaycan fethinden sonra Türkler ile yakınlaşan Müslüman Araplar, Türklerle yoğun iletişim içine girmişlerdir (Özaydın, 2002)[7]. Gazneliler ve ardından Büyük Selçuklu devletlerinde İslam kültürü yaygınlaşmış, Türklerin bozkır kültürü ile Arapların İslam dinine ait kültürü iç içe geçerek yeni bir ortak kültür meydana getirmiş ve ortak kültür eserleri ortaya çıkmıştır. Ortak kültür eserlerine en önemli örnek, Bitlis'in Ahlat ilçesinde bulunan

---

[5] İbn Haldun, *Mukaddime* (Süleyman Uludağ), 5. Baskı, Dergah Yayınları, İstanbul 2007, S:119.

[6] Jared Diamond, *Guns, Germs and Steel,* 1. Baskı, W.W. Norton & Company New York, London 1997, S:22.

[7] Abdülkerim Özaydın, *Türkler,* 1. Baskı, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara 2002, S:412.

Selçuklu mezarlığıdır. Kitabelerin üzerinde Arapça süslemeler ve Türklerin Orta Asya kültüründen gelen kandil, palmet, ejderha gibi kabartmalar bulunmaktadır.



Görsel 1: Bitlis Ahlat Mezarlığı Mezar Kitabesi[8]

Orta Asya'da balbal kültürünün İslamiyet ile karışması sonucunda ortaya çıkan eserlerdir. Mezarlar, Orta Asya Türk mezar tipine benzeyen kurgan planındadır. Bu mezarlar, sosyal etkileşimin bir ürünü olarak kültürler arası etkileşimin somut bir kaynağı olmuştur (Appadurai, 1996)[9].

Kültür, gözle görülmese de yaşayan bir olgudur. Bireyle birlikte hareket eden, günlük olaylardan etkilenebilen ve derin izler bırakabilen dinamik bir yapıdır. Kültüre yön veren insanoğlunun ortaya çıkardığı unsurlarla hareket eden kültür,

[8] Erişim tarihi: 06.05.2025-22:18
https://arkeonews.com/ahlat-selcuklu-mezarligi-dunyaya-tanitilacak

[9] Arjun Appadurai, *Modernity at Large: Cultural dimensions of Globalization,* 7. Baskı, University of Minnesota Press, Mineapolis 1996, S:198.

modernleşme ve dijitalleşme gibi etkenlerle, geleneksel kültür kadar derin izler bırakmış, bireyi yönlendirerek toplumun değişmesine ve gelişmesine neden olmuştur. Coğrafi keşiflerle başlayan küreselleşme süreci, teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme ile hız kazanmış; uzaklar yakınlaşmış, bilgi birikimi ve veri aktarımı her birey için kolay erişilebilir hale gelmiştir. İnşa edilen dijital dünya içinde dijital bir kültür oluşmuş ve geleneksel kültür ile dijital kültür, Bozkır kültürü ile İslam kültürünün birleştiği gibi iç içe geçmiştir.

Alışkanlıklarımız ve hafızamızla şekillenen kültür, birçok etkene bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Kültür aktarımını sağlamak için eğitime ihtiyaç vardır. Günümüzde bu aktarımlar, okul eğitimiyle birlikte ailenin verdiği eğitimle de gerçekleşmektedir. Geçmişte eğitim sisteminin bulunmadığı dönemlerde çocuklar, yalnızca ailenin yetiştirmesi ve çevresinden gözlemledikleriyle kültürünü benimsemekteydi. Aile içinde ve toplumda “gelenek” ve “görenek” adı verilen, kültürümüzü oluşturan eylemler meydana gelmekte ve bu eylemler, kişiden kişiye sözlü veya sözsüz aktarım yollarıyla korunmaktadır.

Hayat boyu öğrenme kavramının temel kaynaklarından biri olarak kabul edilen, 1996’da hazırlanan Learning: The Treasure Within (Delors Raporu) adlı çalışmada, “kültürel değer ve geleneklere yabancılaşma” sorunu gündeme getirilmekte ve bu sorunun olası çözümlerinden biri olarak hayat boyu öğrenme; eğitim ve kültür arasındaki bağın güçlenmesine yardımcı olabilecek bir araç olarak görülmektedir. UNESCO World Conference on Cultural Policies for Development

adlı toplantının Eylem Planında da kültür ve eğitim arasında yeni bağların kurulması gerektiği vurgulanmaktadır (Aral, 2020)[10].

Sosyal hayattan etkilenen kültürler, insanları yapboz parçaları gibi tamamlamakta; sosyal hayatın getirdikleriyle değişime uğrayabilmektedir. Anlamları aynı kalsa da şekil değiştirebilirler. Kültürler, etkileşimle olumlu yönde değişebildikleri gibi olumsuz yönde de değişebilirler. Örneğin, savaşlar sonucunda bağımsızlığını kaybeden taraf, galip taraf tarafından sindirilmek amacıyla geleneklerinden zorla uzaklaştırılabilir.

Ağaç kültürü, dünya üzerindeki bütün toplumlarda bir inanış ve gelenek olarak kendini göstermiştir. Ağaçlar, insanlığın ilkel zamanlarında mitolojik anlatıların konusu olmuş, zaman zaman tanrısal bir varlık olarak görülmüş ve kutsal kabul edilmiştir. Semavi dinlerde ise hayat ağacından bahsedilmektedir. Semavi kitaplarda, cennetteki dört ırmağın suyunun bu hayat ağacından geldiği anlatılmaktadır.

Türk inanışlarında ağaçla ilgili birden fazla anlatı bulunmaktadır. Anlatıların farklılaşmasının sebebi, kültürlerle kaynaşma, dış dünyaya kapalı olma ve diğer medeniyetlerle iletişimin az olması nedeniyle inanışların korunmasıdır. Sibirya bölgesinde yaşayan Türk kavimlerinde ağaç benzetmesi şu şekildedir:

“Dünyanın ortasından Kutup Yıldızı’na kadar uzanan bir demir ağaç vardı; ‘yer ve gök yaratılırken’ bu ağacın tohumu da atılmıştır. Yer ile gök geliştikçe, bu ağaç da ikisini birleştirmiştir…” (Ögel, 2014)[11].

---

[10] Ahmet Erman Aral, *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Eğitimi ve Kültürün Aktarımı: Türkiye Örneği,* (Doktora Tezi), Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Merkezi, 2020.

Sibirya'da yaşayan Türkler, ağacı göğün direği olarak görmüş ve gök kubbeyi ayakta tutan bir dayanağa benzetmişlerdir. Bu nedenle Türkler, barınaklarını kubbeli çadırlar şeklinde yapmışlardır. Doğadan ilham alarak oluşturulan bu benzetmeyle mitolojik olarak bir ağacın gök kubbeyi tuttuğuna inanılmıştır.

İnanışların birbirine geçmesi ve zaman içinde değişmesi normal bir süreçtir. Sözlü olarak aktarıldığı ve periyodik tören uygulamalarından uzaklaşıldığı için gelenek, özünden farklı bir forma evrilebilmektedir. Şamanist Türklerin, şamanın kutsal saydığı ya da kurban ağacı olarak kullandığı ağaca ve elinde tuttuğu ağaç parçasına bez parçaları bağladığı bilinmektedir. Bu uygulama günümüzde ağaçlarda ve türbelerde kendini göstermektedir. İslam dinine geçen Türkler ise, evliya ve ermiş olarak bildikleri kişilerin mezarlarına giderek, mezara ya da mezar yanındaki ağaca "çaput" denilen eskimiş bez parçalarını bağlar, dilek diler ve dua ederler. Allah'tan başka kimseden medet ummayın denilen İslam dininde bu uygulama, Şaman kültüründen kalan bir ritüelin İslam ile sentezlenmesi olarak değerlendirilmektedir.

"Folklorcularımızca tespit edilen alkarısı (albastı) efsanesi, uzun ömürlü olması için çocuklara Yaşar, Durmuş, Satılmış, Satı... gibi adlar vermek, türbelere ve kutsal ağaçlara, çalılara paçavra parçaları bağlamak, hastalık nedeniyle çocuğun adını özel bir törenle değiştirmek, kötü ruhlardan korunma amacıyla 'iyi saatte olsunlar' demek gibi âdetler bu cümledendir" (İnan, 1986)[12].

Bu inanış sadece Türkler'de değil, Moğollar'da da kendini göstermektedir. Kültürel uygulamalar coğrafyalara özgüdür. Şamanist kültürde yüzyıllardır çeşitli

[11] Bahaeddin Ögel, *Türk Mitolojisi Cilt II*, 5. Baskı, Türk Tarih Kurumu, Ankara 2014, S:216.

[12] Abdülkadir İnan, *Tarihte ve Bugün Şamanizm Materyaller ve Araştırmalar,* 3. Baskı, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 1986,S:207.

şekillerde kullanılan bu ritüel, ayinden ayine farklılık göstermekle birlikte uygulamalar değişiklik arz etmektedir. Paçavraları ağaca bağlama veya ateşte hayvan yağı ile yakma, dağlama şeklindeki ritüellerin ardından dilek dilenirdi. Bu uygulama biçimi günümüzde İslam adı altında yapılmakta; bez parçası bağlandıktan sonra dualar okunup dilekler dilenmektedir. Bu, geleneklerin zaman içerisinde birbirleriyle nasıl sentezlendiğinin önemli örneklerinden biridir.

2.3. Görsel Kültür Kavramı

Görsel kültür, insanlığın bilgi birikimini gözle gördüğü, anlamlandırdığı ve içselleştirdiği imgelerdir. Temel olarak, bireyin görsel imgeleri algılayış biçimi ile bu imgelere yüklediği anlamlar; aynı zamanda toplum içerisinde imgelerin nasıl göründüğü ve kabul gördüğü ile ilgilidir. Görsel kültür, sanat tarihi, dijital medya, medya ve iletişim, sosyoloji, psikoloji gibi disiplinlerle ilgili olup sosyal bilimlerin bir parçasını oluşturmaktadır. Günümüzde görsel temelli iletişimi incelemek için önemli bir perspektif sunmaktadır. Bu bağlamda, görsel kültür sadece bir düşünme pratiği değil, aynı zamanda düşünme ve anlam üretme pratiğidir.

İmgelerin farklı kültürlerde farklı anlamları olabilir; bu yüzden anlam karmaşası ve tartışmalara sebep olması mümkündür. Örneğin, Hristiyanlıkta haç işareti, İsa'dan sonra İsa'nın onlar için çektiği acıları ve bedelini ödediği günahları simgelerken, İsa'dan önce işkence için kullanılan kalaslardan ibaretti (Şakiroğlu, 1996)[13]. Görsel kültürel imgeler birçok alanda insanları etki altına almak için kullanılmaktadır; bu nedenle medya ve iletişim, medya ve iletişim tasarımı, yeni

[13] Mahmut Şakiroğlu, *İslam Ansiklopedisi Cilt 14,* 1. Baskı, İslam Araştırmaları Merkezi, İstanbul 1996, S: 1767.

medya gibi akademik bölümler açılmakta, bu konuda incelemeler yapılmakta ve eğitim verilmektedir. Görsel kültür imgeleri soyut olduğu kadar somut olarak da algılanabilmektedir. Görsel kültür çalışmalarının siyasi, ideolojik ve politik temsilciler tarafından kullanıldığı görülmektedir. Politik çıkarlar doğrultusunda kitlelere ihtiyaç duyan siyasi gruplar, bu kitlelerin kültürüne yakınlık algısı vererek kitlelerde yakınlık hissi uyandırmaktadır.

Görsel kültüre yalnızca imge olarak bakmamak gerekir; çünkü kültürün içinde yer alan birçok kategori vardır ve edebiyat alanında da bu konudan bahsedilebilir. Bu nedenle görsel kültürü tek bir konuymuş gibi algılamak yanlış olur. Görsel kültür, yapboz gibi küçük parçaların bütünü oluşturmasıyla var olmaktadır. Bu alan, interdisipliner bir alan olarak kabul görmüş ve inceleme alanları giderek genişlemiştir.

"Görsel kültür, bir kültürün değerlerinin ve inançlarının çeşitli yollarla görselleştirilmesidir. Kültür; değerler, inançlar ve sosyal normlar gibi bir dizi somut, asli unsur ile soyut unsurların etkileşimidir" (Sezal, 2002).

Aslında görsel kültürde incelenen taraf, görselin kendisi değil, görselin anlatmak istedikleri ve topluma yarattığı etkidir. Görseldeki yapısal bütünlük, anlatılanın güçlü olmasına etki eder (Berger, 2022)[14]. Sosyal medya ve dijital hayatın günümüzde yaygınlaşmasıyla yazılı kültürün önüne görsel kültür geçmiş; kamu ve kurumlara bağlı kuruluşlar da bu içeriklere dahil olmuştur.

Görsel kültürün amacı, kullanım alanına göre değişmektedir. Kesin bir amaca hizmet etmez; bir kişi onu hangi yönde kullanmak isterse o yönde

[14] John Berger, *Görme Biçimleri,* 28. Basım, Metis yayınları, İstanbul 2022, S:13.

kullanılmaktadır. Bu kullanım propaganda, edebi anlatım veya görsel aydınlanma olabileceği gibi sayamayacağımız, aklımıza gelmeyen birçok unsuru da içermektedir. Görsel kültür bağlamında yapılan yeni eleştiriler ve yazılar, yeni dünyanın yeni konularına değinmektedir. Eski konuların yanına yeni konular eklenmiş ve bu konular yeni kuramlar aracılığıyla da incelenmektedir. Bu konulara örnek verecek olursak feminizm, ırkçılık, eşcinsellik gibi temalar sayılabilir.

Bu tür anlamlar barındıran imgeler, yeni dünyanın araç-gereçleri olan dijital sanatlar, yeni medya, reklamcılık, video oyunları, müzikler, proje ünlüler, sinema filmleri, televizyon dizileri, abonelik içeren dizi platformları gibi çeşitli vasıtalarla gerek yerelleştirilerek gerek olduğu gibi bizlere sunulmakta ve gözlerimizin önüne konulmaktadır. Yeni medya unsurlarını çevremizde görmeye o kadar alışırız ki artık onları günlük hayatımızın bir parçası olarak kabul ederiz.

Görsel kültür, kültürel bir yapıyı da temsil ettiğinden temelde insan toplulukları ve sosyal uygulamalarla yakından ilgilidir. Görsel kültüre ilişkin bazı temel amaçlar şu şekilde özetlenebilir:

Görsel kültür, temelde görsel olanın sosyal yapılanmasını hedeflemektedir. Görülen ve görülmek istenen şeyler, doğal yeteneğin bir parçası değil, sosyal, kültürel ve tarihsel sürecin bir parçası olmalıdır. Görsel uyarıcıların egemen olduğu çağ, görsel kültürün de egemenliğini açıklamak zorundadır.

Görsel kültürün amacı, sanat tarihini imgelerin tarihine dönüştürmektir.

Görsel kültürün amacı, yazılı metin ile bir resim arasındaki farklılığın bir sorun olmadığını belirtmek ve sözcüklerle imgelerin birlikte çözümlenebilmesine katkı sağlamaktır (Mitchell, 2002).

Görsel kültürün amacı, görünmeyen imgeleri anlamlandırarak somutlaştırmaktır. Görsel kültür ile ilk tanışmamız ilkokul sıralarında gerçekleşir; o yaşta harfleri yan yana koyup anlam kazandıracak kadar beynimiz gelişmiş değildir. Bu nedenle John Berger'in "Görme, konuşmadan önce gelişmiştir" sözü aydınlatıcıdır. Beynimizi önce görsel ile çalıştırarak geliştirmeye başlarız; gelişen beyin ise harfleri yan yana koyarak kelimeleri üretir, tanır ve anlamlandırır. İlkokul birinci sınıfta, alfabeyi öğrenmek için kullanılan harf fişlerinde her harf için bir sembol gösterilir. Örneğin A için at, B için balık, C için ceylan, D için deniz… Harfler önce bu sembollerle ezberletilir, ardından algılamamız gelişir ve hayat serüvenimiz başlar.

Resim sanatı da benzer bir süreçtir. Dönemden döneme objelerin farklı anlamları olmuştur. Birlikteyken başka, ayrıyken başka anlam taşıyan kullanımlar görülmüştür. Bu sembolleri ve anlamlarını bilerek, görsel olan resmi okuyabilir, ressamın demek istediğini anlayabilir ve yorumlayabiliriz. Sadece resimle değil, günlük hayatımızda karşılaştığımız toplumsal olaylar ve televizyon ekranındaki görseller de anlam kazanarak toplumsal hafızamıza yerleşir; o imge, görüntü ya da obje artık o olayla özdeşleşir. Bu konunun en büyük örneği, şüphesiz 11 Eylül'de Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılan terör saldırısıdır. İkiz Kuleler denildiğinde, denizaşırı ülkelerde yaşayan ve Amerika ile aralarında kıta bulunan insanların aklına hemen bu terör saldırısı ve Amerika gelmektedir. İnsanlar Amerika'ya bağlılıklarından dolayı bu olayı akıllarında tutmamış; ancak Amerika, bu olayı sinema sektörü ve politik adımlarla kullanarak insanların zihninde yer edinmesini sağlamıştır. İkiz Kuleler ifadesini duymasak bile, yan yana duran iki kuleyi gördüğümüzde aklımıza bu olay gelebilir.

Bu durum, insanoğlunun gelişimini bir bakış açısıyla bize göstermektedir. Fenikeliler, alfabe kullanımını tasarlarken öküz başına bakıp A harfini (o zamanlar ters A) alfabeye koyup ona bir ses vermişlerse, günümüz insanları da kendi yarattığı teknoloji veya olaylara anlam yükleyip içselleştirmektedir (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2025).

Görsel kültür, canlı bir organizma gibi kendini sürekli yenilemektedir. Ne kadar çalışma yapılırsa yapılsın, asla son bulmayacak bir gelişim süreci göstermekte ve araştırılacak, keşfedilecek sonsuz olasılıklara dayalı konular gelecekte bizleri beklemektedir.

İletişim aracı olarak görsellik, hayatımızın her alanında karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişimin günlük yaşamımızdaki yansımaları son derece belirgindir. Örneğin, ehliyet kursunda aracı nasıl kullanacağımızın yanı sıra trafikte diğer sürücülerle nasıl iletişim kuracağımızı öğrenmekteyiz. Araçların sinyalleri ile yön belirtme, trafik levhaları ile yolu gözetme gibi unsurların her biri görsel iletişim olarak öğrenilmektedir.

Görsel kültür, tek bir konu olmaktan ziyade, yapboz gibi bütünü oluşturan küçük parçalardan meydana gelmektedir; Her bir parça ise konuşulacak ve tartışılacak birçok konu barındırmaktadır. Bu çeşitlilik, görsel kültürün tek bir olgudan ibaret omadığını, pek çok unsurun birleşiminden oluştuğunu gösterir. Görsel kültürün incelenmesi ve idrak edilmesi, son derece önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplulukların kültürleri öğrenilip buna göre propaganda yapılabilmekte, insanlar etki altına alınarak yönlendirilebilmektedir. Bu durum, sokakta yanından geçtiğimiz reklam panosunda ya da televizyonda izlediğimiz

herhangi bir reklamda maruz kalmamız şeklinde gerçekleşmektedir. Bu nedenle, yapbozun çeşitli alanlarında araştırmacılar, bu konuyu kendi uzmanlık alanlarında incelemektedir.

Bu konuyu teorik çerçevede ele alan önemli isimlerden biri John Berger'dir. Teknoloji gelişiminin geçiş aşamasında yaşayan Berger, değişimi görmüş, incelemiş ve bizlerin de anlamasına yardımcı olmuştur. Onun zamanında televizyonun evlere girmesi, belki de ressamların (kendisi de bir ressamdır) fotoğraf makinesiyle tanışmasına benzemektedir. John Berger'in bizlere aktardıkları, bu konuyu özetler niteliktedir.

Görsel kültür, eğitim alanını etkilemiş ve medya ve iletişim, görsel iletişim tasarımı, yeni medya gibi alanların açılmasına sebep olmuştur.

2.4. Dijital Kültür

Dijital kültür, internetin sosyal hayata girmesiyle iletişim kültürünü etkilemiş ve geleneksel iletişim yollarına entegre olmuştur (Koç, 2022)[15]. Yüzyıllar boyunca süregelen etkileşimler sonucu değişen kültürümüz, dijital dünyanın kurulmasıyla dijitalleşmeye başlamıştır. Dijital ağa girmek zorunda olduğumuz bu çağda bundan kaçış mümkün değildir. Hepimizin önüne sunulan araçlar dijitale bağlanmıştır. Gazete okumayı kültür edinmiş bireyler, bu çağda gazeteyi telefonlarından dijital olarak okumakta; resimlerini çizen bir ressam ise tablolarına grafik tablet yardımıyla devam etmekte, sergilerini sosyal medya platformlarında

[15] Rezal, Koç, "Dijitalleşen Kültür ya da Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı", *Motif Akademik Halkbilimi Dergisi,* Cilt: 15, Sayı:38, 2022, S:500-513.

paylaşarak beğeni toplamaktadır. Günlük hayatımızda yaptığımız birçok davranış ve etkinlik dijital dünyanın içine girmiştir.

Sosyal medya gibi platformlar, kullanıcılara birbirleriyle iletişim kurma imkanı sunmakta ve sosyalleşmeye katkı sağlamaktadır. Bu durum, yeni iletişim ağları üzerinde "katılımcı kültür" olarak adlandırılmaktadır (Jenkins, 2006). Bireyler, kimliklerini gizleyerek takma adlar oluşturmakta, forumlarda soru-cevaplar aracılığıyla sorunlarını çözmekte ve takma adlarının arkasına gizlenerek beyan ettikleri fikirler yüzünden yargılanacaklarından korkmadan özgürce yazışmalar gerçekleştirmektedirler. Sosyal medyanın sağladığı bu anonimlik, bireyleri katılımcı kültür içinde daha cesaretli olmaya teşvik etmektedir.

Sokak kültüründe büyüyen çocuklar, evlerinin önünde futbol oynarken evlerine bilgisayar girmesiyle birlikte birer birer sokaktan kopmuş; ancak bilgisayar oyunları ve çeşitli konsollar aracılığıyla futbol oynamaya devam etmişlerdir. Evlerimizdeki simülasyon araçları, çocukların dışarıda yakalayamadığı anları yakalamalarına ve hissetmelerine olanak sağlamıştır. Arkadaşları arasında yeterince iyi oynayamayan çocuk, bilgisayar ortamında simüle edilen futbol oyununda en iyi oyuncu olmuştur. Asker olmak isteyen çocuklar ise yerde buldukları ağaç dalını ve sopayı silah gibi hayal edip kendi aralarında savaş oyunları oynarken, bilgisayar içinde simüle edilen savaş oyunları sayesinde o atmosferi ve heyecanı deneyimleme fırsatı bulmuşlardır. Arkadaşlarıyla bir sunucuya bağlanarak birlikte çatışmaları ve operasyonları simüle etmişlerdir. Arabalara ve motor sporlarına ilgi duyanlar ise

aynı şekilde yarış oyunlarında aynı heyecanı yaşama şansına sahip olmuştur (Doğanay & Göde, 2023)[16].

Psikolojik olarak beğenilme ve onaylanma ihtiyacı duyan insan, oyunlarda elde ettiği başarılar neticesinde takdir gördüğü için tatminlik hissi yaşamaktadır. Bu tatminlik duygusu sonucunda kişi, bilgisayar oyunlarıyla daha fazla vakit geçirmekte ve çevresinden daha fazla onay görme ihtiyacını gidermeye çalışmaktadır. Oynadığı futbol oyununda lig şampiyonu olan kişi, adeta gerçek hayatta Şampiyonlar Ligi'ni kazanmış gibi hissetmekte ve bu hazzı zihninde simüle ederek tatminlik duygusu oluşturmaktadır. Savaş oyunlarında ise bu tatminlik, rakip takımı yenerek görevi tamamlamaktan kaynaklanmaktadır. Bu hazzı yaşamak ve kazanmak için kişi, oyunlarda daha iyi olabilmek amacıyla gerçek bir sporcuymuş gibi antrenman yapmakta ve yarış halinde çalışmaktadır. Bu durumun sonucunda sektör dünya çapında gelişmiş ve turnuvalar uluslararası boyutta düzenlenmiştir.

Yaşadığı şehrin imkanları ve ekonomik koşulların yetersiz olan çocuklar, dikdörtgen ekranlar aracılığıyla hayallerini simüle etmektedirler. Bu durumun sonucunda bir araya geldiklerinde, oyunlarda yaptıklarını anlatıp sohbetlerini gerçek dünyadan dijital dünyaya taşımış olurlar.

Sokak kültürü, içerisinde yetiştiğimiz ve büyüdüğümüz bu yaşam alanı, kendisini simüle ederek dijital dünyaya aktarılmıştır. Bu etkinlikler büyüdükçe markalar fırsatları görüp yatırımlarını artırmıştır. Yatırımlar kapsamında, basit gibi görünen bu oyunlar turnuvalara dönüştürülmüş; ödül havuzlarına sahip yarışmalara

---

[16] Emrah Doğanay-Halil Göde, "Sokaktan Ekrana Çocuk Oyunları", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Cilt: 1, Sayı: 47, 2023, S: 157-182.

katılarak oyuncular popülerlik, para ve kariyer fırsatı elde etmişlerdir (Lee, 2020). Yerel mahallelerde bulunan internet kafelerden başlayan bu turnuvalar, zamanla dünya çapında düzenlenen etkinliklere dönüşmüş ve ödül havuzları milyonlarca dolara ulaşmıştır (Osullivan, 2024).

Gözümüzde izlediğimiz Formula 1, Şampiyonlar Ligi ve NBA gibi turnuvaların benzerleri, dijital ortamda bilgisayar karşısında oynanabilen turnuvalara dönüşmüştür. E-spor takımları, gerçek bir takım gibi sağlık teknikerinden koçuna, psikolojik destek sağlayan psikologlarına kadar geniş kadrolar barındırmaktadır.

İnsanlar sosyal medyada kendilerini göstermeye başladıklarından beri reklam hizmetleri kişiselleşmiştir. Kendini bir hashtag (#) ile milyonlarca insanın sosyal medya akışında gösteren bireyler, bu durumdan gelir elde etmekte, kariyerlerini ve mesleklerini sosyal medya üzerinden dijital ortamda sürdürmektedir.

3. SANAYİ DEVRİMİ VE SANATA ETKİLERİ

Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkmasıyla birlikte, insanoğlunun tarım toplumundan günümüze kadar olan yaşama alışkanlıkları değişmiştir. Sanayi Devrimi, dünyanın kırılma noktalarından biridir. Çünkü bu süreç, dünyayı üretici ve tüketici olarak kategorize etmeye, ayrıca kapitalist sistemin kendini sert biçimde göstermesine neden olmuştur.

Siyasi açıdan feodalite sistemiyle yönetilen Orta Çağ Avrupası'nda, kilisenin dogmaları egemendi. Bilimsel, araştırmacı ve özgürlükçü düşünce baskılanmış, üretim neredeyse yok denecek kadar azalmıştır. Rönesans döneminde

Avrupa, büyük bir gelişim ivmesi yakalamış; bu süreçte siyasi, sosyal, ekonomik ve teknik alanlarda gelişmeler ve değişimler başlamış, bu gelişmeleri takiben kimlik kazanımları da zaman içinde kendini göstermiştir (Yalçın, 2012)[17].

Değişen dengelerin sonucunda toplum içinde yeni sınıflar ortaya çıkmış; asil olmayan kesimler ekonomik güçlerini artırarak kendilerini asillere denk görmüş ve burjuva sınıfı oluşmuştur. Burjuva sınıfı kendi içinde rekabet içine girerek sanayileşmede bir yarış ortamı yaratmıştır. Artan teknik iş bölümü, hızlı şehirleşme, köylerden şehirlere yaşanan göç, ticaretin gelişmesi ve genişlemesi ile buna bağlı olarak yeni sınıfların ortaya çıkması, bu sistemin temel taşlarını oluşturmuştur (Yalçın, 2012).

Küreselleşmenin etkisiyle, sanayi alanında yoğunlaşan işletmeler, hızla gelişen pazarlar ve ürün ile üretim teknolojilerindeki yenilikler, tüketimi emperyalist güçlerin egemen değerleri üzerine oturtmuştur. Kitle iletişim araçları ve yeni medya, tüketimin doğasını yeniden üreterek üreten bireyi; ürettiğinden çok daha fazlasını tüketmeye mecbur kalan bir varlığa dönüştürmüştür (Biçer & Tuna, 2020).

Tüketimin gerektirdiği sosyal ve geniş ihtiyaçlar, bireyin tüketime zorlanmasıyla bireyselleşmiş; doğal ihtiyaçların yerini yapay ihtiyaçlar almış ve ihtiyacın öznesi değişmiştir. Üreticinin hedeflediği satış beklentisine ulaşabilmesi için, tüketicinin bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde o ürüne ihtiyacı olduğu algısına kapılması gerekmektedir.

---

[17] Seda Yalçın, *Sanayi Devriminden Günümüze Özgün Baskıresim Sanatının Önemi ve Yükseköğretimde Özgün Baskıresim Sanat Eğitiminin Sosyo-Kültürel Yansıma Açısından İncelenmesi,* (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü 2012.

20. yüzyılın sonlarına doğru tüketim olgusuna yalnızca ekonomik ve yararcılık açısından değil, gösterge ve sembollerin içinde yer aldığı kültürel, sosyal ve psikolojik bir süreç olarak bakmak gerekmektedir (Biçer & Tuna, 2020).

"Tüketim nesneleri, taşıdıkları simgesel anlamlar vasıtasıyla bireysel kimliğe dair aidiyet oluşturmaktadır" (Aytaç, 2006)[18].

Sanayi Devrimi'nin getirisi olan makineleşme ve seri üretim sonucunda yeni iş sektörleri ve alanlar ortaya çıkmıştır. Bu sektörlerden biri, seri üretimle yapılan ürünlerin pazarlanmasıdır. Reklamcılık sektörü, Sanayi Devrimi'nden sonra elzem hale gelmiş ve gelişmiştir. Gelişen reklamcılık sektörü, ürünleri ilgi çekici hale getirmeye çalışmakla kalmayıp tüketiciyi o ürüne ihtiyaç duyduğuna inandırmaya da yoğun çaba göstermiştir.

Kitle iletişim araçları ve özellikle reklam sektörü, tüketim objelerinin tanıtımı için kullandığı simgelerle tüketicilerde sembolik arzulara hitap eden yapay bir deneyim oluşturur. Tüketim malları simgeleşerek bireylerin kimliklerini yaratmada hatta kimliksizleştirmede etkili olmaktadır (Baudrillard, 2004).

İlk dönemlerinde, tellallar aracılığıyla yapılan reklamcılık başta afiş, gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarıyla gerçekleştirilmiştir. Günümüzde ise bu mecraların yanında dijital sektörün gelişmesiyle reklamcılık sektörü güçlü bir şekilde büyümüştür (Sağlık, 2023)[19].

---

[18] Ömer, Aytaç, "Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskacında Boş Zaman", *Kocaeli Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 1, Sayı: 11, 2006, S:30.

[19] Alper Musa, Sağlık, "Geçmişten Günümüze Reklam ve Değişimi", *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi,* Cilt: 3, Sayı:1, 2023, S: 4.

Andy Warhol, reklamcılık sektörü ile sanat alanını birleştirmiştir. Reklamlar için sanat yapmak yerine reklamları sanat haline getirmiştir. Döneminde ünlenen Warhol, kendi ününü artırmak için çağında ünlü olan isimleri çarpıcı biçimde kullanmıştır. Bunu savaş sonrası tüketim kültürüne geçiş yapan ve her ürünün fazlaca olduğu Amerika'nın ticarileşme ve tek-tipleşmesini kullanarak gerçekleştirmiştir.

Sanayi Devrimi'nin temel maddesi olan kömür, milyonlarca yıl basınç altında kalarak elmasa dönüşmektedir. Başta kömür sayesinde buharlı makinelerin gelişimi sanayiyi güçlendirmiş ve devrimi tetiklemiştir. Bulunan değerli taşlar ise Sanayi Devrimi sonucunda seri üretimle satılması için reklam endüstrisinin oluşmasını sağlamıştır. Reklam endüstrisi, kömürün bir diğer formu olan elması ziynet eşyası olarak kullanan insanların satın alımını artırmak amacıyla pazarlama stratejileri geliştirmiştir.

Artan hammadde arayışları sömürgeciliği artırmış; keşfedilen yeni topraklar ve madenler, ekonomik olarak kullanılmak üzere bulundukları topraklardan alınmıştır. Antik dünyanın kullandığı elmaslar siyah, biçimsiz ve taştan ayırt edilmesi zorken, Afrika'da çıkarılan elmasların göz alıcı derecede parlak ve biçimli olması Avrupalı sömürgecilerin dikkatini çekmiştir.

Avrupalı maden arayıcıları elmas madenlerini fark etmiş ve işlemeye başlamışlardır (Nel & Hall, 2025). Çıkarılan elmasların diğer elmaslara nazaran daha ışıltılı ve biçimli olması, burada bulunan elmasların nadir olduğu izlenimini yaratmıştır. Ancak kazılar devam ettikçe aynı çeşit elmasların sürekli çıkarılması ve daha büyüklerinin bulunması, sanılanın aksine bu elmasların nadir olmadığını ve

değer açısından diğerlerinden farkı olmadığını ortaya koymuştur. Bu nedenle madenler satış yapamamış, arz-talep dengesi kurulamadığından elmas fiyatları düşmüş ve birçok maden kapanmıştır (Evrim Ağacı, 2023).

De Beers şirketi, dönemin reklam firması N.W. Ayer & Son ile anlaşarak satışlarını artırmayı hedeflemiştir. De Beers için “Elmas sonsuzdur” sloganını kullanan reklam firması, özellikle çiftleri hedef alan bir satış stratejisi geliştirmiştir. İnsanlar, bu pazarlama stratejisine inanarak elması aşklarının bir simgesi olarak almak zorunda olduklarını düşünmüşlerdir.

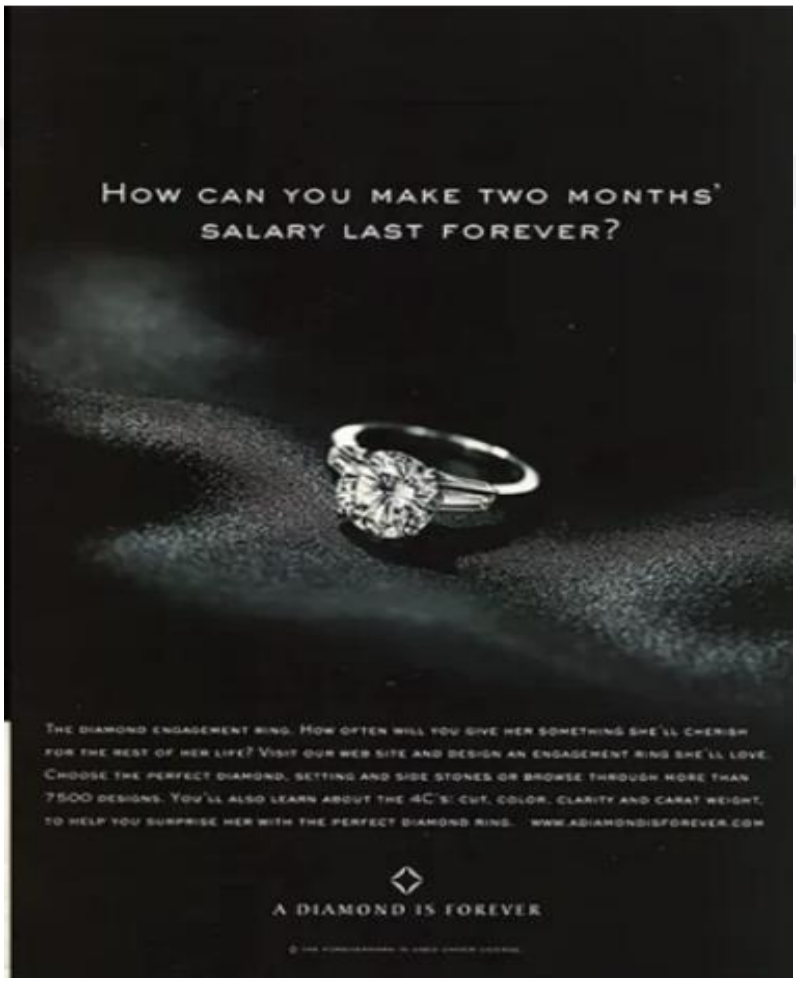


Görsel 2: N.W. Ayer & Son reklam afişi[20]

N.W. Ayer & Son reklam ajansı, zamanla çeşitli pazarlama stratejileri geliştirerek satışları çeşitlendirmiştir; bu sloganlar genellikle elmasın büyüklüğü ve fiyatıyla ilişkilendirilmiştir. Kullanılan bir reklamda "İki maaşınıza harcadığınız elmas, Bayan Smith'e geleceğinizi göstermenizi sağlar" sloganı yer almıştır. Bu sloganın amacı, çoğu insanın hayatında yalnızca bir kez evlendiğini varsayarak,

[20] Erişim tarihi: 08.05.2025-23:44
1948: De Beers 'A diamond is forever' campaign invents the modern day engagement ring | The Drum

tüketici için alınan elmasın, satıcı için ise satılan elmasın mümkün olduğunca pahalı olmasını sağlamaktır. Yıl dönümleri gibi çiftler için özel anlam taşıyan günlerde ve yıl içine yayılan çeşitli özel günlerde hediye elmas satışını artırarak, özel günlere yönelik pazarlama stratejileri geliştirmiştir. Reklamcılık sektörü, ilgili ürün için tüketim toplumunu oluşturmayı başarmıştır.



Görsel 3: De Beers reklam afişi 2[21]

Dünya üzerinde keşfedilen kara parçalarının hem üstündeki hem de altındaki madenler, Sanayi Devrimi'nin tetikleyicisi olmuştur. Sanayi Devrimi'nin

[21] Erişim tarihi: 08.05.2025-23:49
https://www.teamabovo.com/resources/great-work-a-de-beers-campaign/

getirdiği üretim çılgınlığı, seri üretim yapılan ürünlerin satışını sağlamak ve artırmak amacıyla reklamcılık ve pazarlama sektörünün doğmasına neden olmuştur. Reklamcılık sektörü, amacı gereği ürünleri satın alacak ve almaya devam edecek tüketici toplulukları yaratmıştır.

3.1. Sanayi Devrimi ile Değişen Kültür

Sanayi Devrimi, 18. yüzyılda başlamış ve 19. yüzyılda tüm dünyaya yayılmıştır. İcat edilen makineler fabrikaların ve tesislerin kurulmasını sağlamış, seri üretim, iş yükünü azaltarak üretim ve tüketimde yeni alanlar açmıştır. Sanayinin artması, tüketim toplumlarının oluşmasını ve gelişmesini sağlamış; ihtiyaçların canlı tutulması için pazarlama teknikleri ortaya çıkmıştır. Böylece oluşan pazarlar tüketim kültürünün temelini oluşturmuştur. Sanayi Devrimi, ülkeler içerisindeki sosyolojiyi değiştirmiş ve kırsal yaşam alanlarından kentlere göçü artırmıştır (Bilen, 2020). Kırsal alandan kente göç, bu sürecin başlangıcı olarak görülmüş; Sanayi Devrimi yerleşik hale geldikçe toplum içinde halk sınıfları ortaya çıkmış, "orta sınıf" olarak adlandırılan sosyo-ekonomik grup oluşmuştur. Geçmişten gelen Rönesans akımıyla birleşen Sanayi Devrimi, halkın kilise, din adamları ve derebeyleri gibi otoritelerden uzaklaşmasına destek olmuş; böylece bilim ve felsefe gelişmiştir. İnsanlar dogmaları bırakarak, akılcı düşünce sistemini benimsemiş ve Sanayi Devrimini desteklemişlerdir (Berksun, 2018)[22].

[22] Emre Berksun, *Sanayide Endüstri 4.0 Süreçleri: Çorum Sanayisinde Bir Uygulama,* (Yüksek Lisans Tezi), Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2018.

Sanayi Devrimi, ürünlerin seri ve fazla miktarlarda üretilmesine yol açmıştır (Hatipler, 2017)[23]. Fazla ürünler, bölgesel pazarlardan çıkarak küresel pazarlara yönelmiş ve bölgesel talebin yanı sıra küresel talebin de karşılanmasına imkân sağlamıştır. Deniz aşırı bölgeler, ihtiyaç duyulan hammadde miktarını artırmış ve bu nedenle etik ve etik olmayan yollarla hammadde temini sağlanmıştır. Sömürü sisteminin ortaya çıkmasına neden olan bu yapı, aynı zamanda ülkelerin ekonomik gelişimine de katkıda bulunmuştur.

Sanayi Devrimi'nin sonuçları sosyoloji, ekonomi, siyaset bilimi, sanat ve askeri alanlarda incelenebilmektedir. Çağın değişmesiyle birlikte yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmış; satış ve pazarlama taktikleriyle tüketim kültürü oluşturularak bir endüstri haline gelmiştir (Fearthstone, 2013). Üretilen malları bilinçsizce tüketecek küresel çapta bir habitat yaratılmıştır (Hatipler, 2017). Zamanla tekelleşme meydana gelmiş, özel sektör büyümüş ve kar etme ihtiyacına bağlı olarak insanların ihtiyaç duymadığı ürünleri satın almalarını sağlamak amacıyla reklamcılık ve tanıtım sektörü gelişmiştir.

Kültür endüstrisi kavramı, geniş anlamıyla kültür ürünlerinin endüstrileşmesi; ekonomik karlılık esasıyla üretilmesi ve sanayileşmeyle birlikte kültür ve sanat ürünlerinin metalaştırılması olgusunu ifade etmektedir (Çelik, 2012).

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema ve bilgisayar gibi kitle iletişim araçları, insanlara ürün tanıtımında ve satın alma güdüsünü tetiklemede etkin biçimde kullanılmıştır. Görsel iletişim araçları olan

---

[23] Mustafa, Hatipler, "Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya", *Bilgi Sosyal Biilmler Dergisi,* Cilt: 1, Sayı: 1, 2017, S: 32-50.

sinema, televizyon ve bilgisayar gibi ekran bağımlılığına sahip araçlar sayesinde kullanım ve satışlar artmıştır (Genç & Turna, 2023)[24]. Görsellik, insanın ilgisini çeken ilk unsurdur. Reklamcılık sektörü, iletişim aracı olarak önem taşımaktadır. Sosyal medyada karşımıza çıkan reklamlar, kısa süreli bile olsa gözümüzün ürünü algılamasına ve merak uyandırmasına imkân tanımaktadır. Birey, kendi kültürüne ait olmayan imgeleri benimseyip onlara bağlılık gösterebildiği gibi, kendisini farklı bir kültüre ait olarak da algılayabilir. Bu durum, reklamın kimliği dönüştürücü etkisine bir örnek olarak gösterilebilir (Becan, 2015).

3.2. Tüketim Toplumu

Günümüz sosyolojisinde, ihtiyaçların ötesinde tüketmek ve tüketici olmak, bir sınıf, sosyal statü, prestij sahibi olmak, ayrıcalıklı ve üst tabaka mensubu olarak algılanmaktadır (Hatipler, 2017). Tüketmenin fonksiyonelliğinin yanı sıra farklı yaşam tarzları oluşturduğu gözlemlenmekte, sahip olunan varlıklar, sosyal konumlar ve yaşanan hazlar ile hazların kalitesi, sosyal grupların içinde yeni sosyal grupların oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Tüketim nesneleri, ürüne yüklenen anlamlar vasıtasıyla tüketicinin bireysel kimliğine dair aidiyet duygusu oluşturmaktadır (Aytaç, 2006).

[24] Gülçin Bilgin Turna-Rabia Genç, "The mediating effect of attitude towards online advertising in the influence of social media addiction on online purchase intention", *Business & Management Studies*, Cilt: 11, Sayı: 2, 2023, S: 527.

"Tüketim toplumu" terimi, toplumların maddi üretim ve hizmet üretiminden ziyade malların ve boş zamanın tüketimi etrafında örgütlenmesini ifade etmektedir (Bayhan, 2011)[25].

Tüketim toplumlarını oluşturan unsurlar, insanların duygularını sömürmeyi amaçlamakta ve ürünü aldıklarında kendilerini iyi hissetmelerini hedeflemektedir. Ekonomi ve muhakeme yapamayan bireyler bu tuzağa düşmekte ve hayatlarındaki zaman ile ödedikleri ürünleri satın aldıklarında tatmin olduklarını sanmaktadırlar. Bu davranışa kavramsal olarak "hedonik tüketim" denmektedir (Güven, 2009). Kişinin ihtiyaç dışı tüketim malzemesi almasında çevresel faktörler etkili olmaktadır. Örneğin, bilinçli ve ihtiyaçlarına göre hareket eden birey ile bilinçsiz birey farklıdır. Kamp yapan bir tüketicinin hobisini gerçekleştirmek için hava şartlarına uygun, ısı yalıtımlı ve su geçirmez bir bot tercih etmesi kabul edilebilir bir davranıştır; ancak kampa gitmeyip ayağına toprak değmeyen bir bireyin, ihtiyacı olmamasına rağmen tam donanımlı (dolayısıyla pahalı) bir bot alması ihtiyaç dışı bir hareket olarak değerlendirilir.

Reklamlar, tüketim toplumunu oluşturmak için bireyin ihtiyacından fazla nitelik ve miktarda ürün satın almasını sağlamak ve içgüdülerini harekete geçirmek amacıyla yapılan hamlelerdir. İnsan hayatını kolaylaştıran endüstriyel üretim ürünleri, işlevini kaybettiğinde yenilenmekte ve aynı fonksiyonlara sahip ancak farklı görünümde ürünler piyasaya sürülmektedir. Reklamlar vasıtasıyla bu ürünlere ihtiyaç duyulduğu algısı yaratılmaya çalışılmaktadır. Bazı durumlarda ise insanın bir ürünü almak için dış etkenlerden dürtülmeye ihtiyacı olmamaktadır. Psikolojik

[25] Vehbi, Bayhan, "Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: Tüketiyorum Öyleyse Varım", *Istanbul Journal of Sociological Studies,* Cilt: 1, Sayı: 43, 2011, S: 223.

sorunları bulunan bireyler, egolarını tatmin etmek amacıyla ihtiyaç duymadıkları halde bir ürünün en iyisini satın alabilmektedir (Korkmaz, 2023)[26].

Mevcut tüketim toplumu, sınırlı topluluklarla kalmamıştır. Tüketim toplumunun yayılması ve toplumun her kesimine nüfuz etmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Üretimi yapan işçi sınıfının iş dışındaki zamanını tüketim için yüksek standartlı zevklerle donatmak ve boş zaman örgütlenmesini sağlamak suretiyle, üretim için kontrol edilen insanların tüketim için de kullanılması, kapitalist sistemin verimli fikirlerinden biri olmuştur (Senemoğlu, 2017).

Televizyonlarda ve cep telefonlarında gördüğümüz reklamlar aracılığıyla tüketim açlığı canlı tutulmaktadır. Halihazırda satın alınan bir ürünün "yeni" versiyonu çıkarılarak tüketim döngüsü devam ettirilmektedir. Yeni ürünü, dış bir çember olarak "sezon" algısıyla incelersek; "bahar sezonu, yaz sezonu, kış sezonu" gibi ifadeler, yeni üretimi destekleyen ve tüketiciye ürünün yeni ve güncel olduğunu mesajını veren kampanyalar aracılığıyla alışveriş isteğini tetiklemektedir. Tüketimi ilgi çekici kılmak için markaların imajı da önemli bir yer tutmaktadır. Arkasında durulabilecek güçlü bir imaj gören tüketici, psikolojik olarak iyi bir imaja sahip markayı kullandığı için kendisini "havalı" ve "premium" bir kullanıcı veya tüketici olarak görmektedir (Gökgöz, 2019)[27]. Markaların imajına bağımlı olan tüketicilerin fanatikleştiği; piyasaya yeni çıkarılan ürünleri almak için mağaza önlerinde saatlerce beklediği gözlemlenmektedir. Ürün çeşitliliği ve pazarlama stratejisinin

---

[26] İlknur Korkmaz "Kompulsif Satın alma" in *Güncel gelişmelerle pazarlama: Konular ve araştırmalar I*, ed. Emre Çolakoğlu & Nur Çağlar Çetinkaya (İstanbul: Özgür Yayınları, 2023),S: 43.

[27] Emre Gökgöz, *Marka İmajı ile Tüketici Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması,* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, S: 1.

ardındaki temel amaç, tüketicilere her ürünün onları "premium" hissettireceği ve sosyal statü açısından bir basamak daha yükselteceği algısını benimseterek satın alımları sağlamaktır (Bayhan, 2011).

Küreselleşen dünyanın tüketici toplulukları için yapılan bir benzetmede "Farklı dinlere mensup bireyler ibadet için tapınaklara gitmesi gibi, tüketim toplumunda da alışveriş merkezleri metaforik anlamda 'tüketim tapınağı' misyonunu üstlenmektedir." Bu benzetmeden hareketle, insanların ibadet yaparak kendilerini manevi açıdan tatmin ettiği gibi, alışveriş yaparak da manevi açıdan tatmin olduğunu söyleyebiliriz.

Tüketim toplumunun temel özelliği, mal ve hizmet üretiminin ötesine geçerek bu üretimlerin insanların kimlik oluşturma, sosyal statü elde etme ve kişisel tatmin sağlama gibi psikolojik ve kültürel ihtiyaçlarıyla olan ilişkisidir (Gökgöz, 2019)[28]. Tüketim toplumunun temel dinamiği, insanların ne kadar tükettikçe kendilerini sosyal olarak kabul gördükleri ve mutlu oldukları inancına dayanır. Bu inanç, hayatlarında pozitif değeri olmayan bireyler için bağımlılık yapıcı bir hal alabilir; ortaya çıkan mutluluk hormonu ile insan, tüketim toplumunun içinde çıkılması güç bir psikolojik zayıflığa sürüklenebilir. Bunun sonucunda markalara ve ürünlere yönelik fanatiklik gözlemlenmektedir.

Tüketim toplumunun temel özelliklerinden biri, bireyin ve toplumların yaşantısının büyük ölçüde tüketim üzerine inşa edilmesidir. Birey, günlük hayatının bir parçası olmaktan öte, bu sistemin bir parçası haline gelmiştir. Hayatının

[28] Emre Gökgöz, *Marka İmajı ile Tüketici Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması,* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, S: 32.

tamamını, ihtiyacı olsun ya da olmasın, farklı büyüklükteki ürünleri tüketmekle geçirmektedir.

Bahsedilen fanatiklik ve tüketim ürünlerine bağımlılık, sürekli tüketme ihtiyacını doğurur. Bu ihtiyaca hizmet eden markalar, topluma sundukları ürünlerin pek de yeni sayılmayacak versiyonlarını piyasaya sürerek tüketicilerin süregelen tüketim ihtiyacını tatmin etmekte ve satışlarını artırmaktadır. Tüketiciler, bağımlılıklarından kaynaklanan yoksunluğu giderdiklerinde toplumsal prestij ve ekonomik refah elde ettiklerini düşünmektedir. Bu yoksunluğun giderilmesiyle tüketiciler, tüketim kültürünü canlı tutarak yenilik ve moda temelli bir döngüye girmektedir. Markalar, ürünlerini planlı eskitme stratejisiyle tüketicilere yeni ürünlerini aldırmak için hem psikolojik hem de fiziksel müdahalelerde bulunmaktadır. Bu duruma güncel bir örnek olarak Apple şirketinin ürettiği telefon modellerinin yazılım güncellemeleriyle bilinçli olarak yavaşlatıldığı tespit edilmiştir, bu nedenle şirket tazminat cezasına çarptırılmıştır (Gerken, 2024).

Tüketim sırasında planlanmamış dürtüsel satın alımların tetiklenmesi, insanın psikolojik zayıflığını göstermektedir. Tüketim, bireylerde mutsuzluk, yetersizlik ve stres duygularını tetikleyerek psikolojik sorunlara yol açabilmektedir. Bireyler maddi açıdan mutluluk hormonu elde ettiklerinde, bu durumu pekiştirmek tatminsizliğe sebep olabilmektedir. Dürtüsel satın alma, anlamsız harcama kültürü olarak da bilinmektedir (Tokgöz, 2019)[29]. Ani ve plansız şekilde alışveriş yapan tüketici, bu tür davranışlarda ürünün özelliklerine veya pazarlama taktiklerine

[29] Emrah, Tokgöz, "Hedonik ve Faydacı Tüketimin Dürtüsel ve Kompulsif Satın Alma Üzerinde Etkisi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü Dergisi,* Cilt:1, Sayı: 35, 2019, S:96

takılmaktadır. Bu süreçlerde tüketici düşüncelerini rasyonel bir süzgeçten geçirmeyerek dürtüsel hareket eder ve düşünmeden satın alım gerçekleştirir. Tüketim toplumunda kabuller, tüketicinin ihtiyacını gözetmeden statü ve sosyal kabul edilme dürtüsüyle hareket etmesini sağlamaktadır. Bu duruma ilgi çekici reklamlar ve pazarlama stratejileri de eklendiğinde, özel indirimler adı altında tüketiciler kendilerini haklı bulma dürtüsüyle satın alım gerçekleştirmektedir. Dürtüsel satın alımın ardından genellikle tüketicide pişmanlık görülmektedir; aldığı ürünün hayal ettiği gibi olmadığı veya işine yaramayacak bir nesne olduğunu fark ettiğinde hayal kırıklığı, üzüntü ve pişmanlık yaşamaktadır.

Şirketler için ticari fırsatlar yaratan bu duygusal boşluk, reklamcılık sektörünün en çok kullandığı reklam planlarından biridir. Ürüne ihtiyaç duyulduğu algısını yaratan reklamlar, tüketicinin satın alım yapmasını sağlayarak şirketin kâr elde etmesine odaklanır. Bu nedenle pazarlama stratejileri, dürtüsel satın alımı tetikleyecek adımlar göz önünde bulundurularak planlanmaktadır (Rook, 1987).

3.3. Tüketim Toplumu Sanatı

Sanayi Devrimi'nin getirileri sonucunda oluşan tüketim toplumu, kendi sanatını oluşturmuş ya da daha doğrusu sanata yeni bir kulvar eklemiştir. Bu boşluğu dolduran reklamcılık, insanın ilgisini çekebilmek için sanatsal ögeleri kullanmıştır. Reklamcılık, yalnızca ürün veya hizmet tanıtımı yapan bir sektör olmanın ötesinde, yaratıcı fikirler ve estetik anlayışın birlikte kullanıldığı bir sanat dalı olarak değerlendirilmektedir.

Reklamcılık, sanatın birçok kolunu içinde barındırır. Grafik tasarım, illüstrasyon, fotoğrafçılık, video montaj, kurgu, yönetmenlik, sahne tasarımı gibi

temel yapı taşları, reklamcılık sektörünün bütününü oluşturan parçalarıdır. Bu parçaların bir araya getirilmesiyle yapılan pazarlama, tüketicinin beş duyu organına aynı anda hitap ederek onu cezbetmekte, akılda kalıcı müzik veya sloganlar, unutulmayan görseller, günlük hayatta reklamı hatırlatacak objeler ya da betimlenen anılar, lezzet ve koku gibi unsurlar tüketiciyi etkileyerek ürünün beyninde yer etmesini sağlamaktadır. Reklamların estetik olması, tüketicilerin algısına büyük ölçüde çekici gelmektedir. Norman (2004), güzel görünen ve estetik olarak tasarlanmış reklamlarla pazarlanan ürünlerin, tüketicide olumlu düşünceler uyandırdığını belirtmektedir. Reklamcılık sektörü, psikoloji dahil birçok alandan faydalanmakta ve grafik tasarımın renk teorisini sıkça kullanmaktadır.

Grafik tasarımın renk teorisi, renklerin insanlar üzerindeki etkilerini, onları nasıl yönlendirebildiğini ve birlikte kullanıldığında nasıl tepkiler ortaya çıkardığını anlamaya yönelik bir çalışmadır. Renklerin duygusal bağlantılarına bakıldığında, tüketicilerin reklam ile kurduğu bağ güçlendirilebilmektedir. Kırmızı ve turuncu gibi sıcak renkler enerjik bir his verirken; mavi ve mor gibi soğuk renkler sakinlik hissi uyandırmaktadır (Demirdöğmez, 2021).

Psikolojik etkilerine göre kırmızı renk tutku, enerji ve hazzı simgeler; genellikle indirim ve promosyonlarda kullanılır. Mavi renk güven ve sadakat hissi verir; bu nedenle bankalar, teknoloji şirketleri ve araç fonksiyonlarına göre otomobil firmaları tarafından tercih edilmektedir. Yeşil renk doğayı, sağlığı ve huzuru temsil eder; çevre dostu firmalar ve çeşitli vakıflar tarafından kullanılır. Sarı renk mutluluk ve iyimserlik hissi uyandırır; bu renk kullanılan reklamlarda

genellikle insanların yüzü güler veya mutluluk betimlenir. Siyah ve beyaz renkler ise sadelik, zarafet, naiflik ve ciddi bir konumu temsil etmektedir.

Reklamcılık sektöründe büyük önem taşıyan renk teorisi, doğru mesajı doğru hedefe ulaştırmak için kullanılan temel bir araçtır. Özellikle tüketicilerin bilinçaltını etkilemek amacıyla özenle seçilen renkler, markaların kalıcılığını artırmakla kalmaz, aynı zamanda markanın kimliğini de oluşturur.

Markanın kimliğinin yanı sıra reklamcılık sektörü, Andy Warhol gibi bir sanatçının doğmasına da vesile olmuştur. Andy Warhol, Popüler Sanat'ın ortaya çıkmasına öncülük ederek seri üretim eleştirisini gündeme getirmiştir. Warhol, reklamcılık sektöründe çalışırken Coca-Cola ve Campbell's çorbalarının afişlerini tasarlamış; bu afişleri, bu ürünleri satar gibi sanat eseri haline getirebileceğini fark ederek serigrafi baskı yöntemini kullanmaya başlamıştır. Yıllar içinde Warhol, bir ekolün yıldızı olmuş ve adı, zamanında reklamını yaptığı ürünler kadar ünlü hale gelmiştir.

Örneğin Coca-Cola şişesi, herkes için standart ve ulaşılabilir olmasıyla "zengin ya da fakir" fark etmeksizin herkesin aynı ürüne erişebilmesi nedeniyle toplumda eşitlik idealini simgelemiştir. "Herkes bir gün 15 dakikalığına ünlü olacak" ifadesi gibi, günümüzde insanlar aynı tüketim araçlarına ulaşabildiği için "herkes 15 dakikalığına zengin olacak" ifadesi de kullanılabilmektedir. Küresel kitle kültürü, medya sayesinde denizaşırı ülkelerde baskın olan medya gücünün yönlendirdiği doğrultuda şekillenmiştir. Bu küreselleşmeye örnek olarak, CNN kanalı dünyanın her yerinde ajanslar açarak yerel haberleri toplamakta ve Amerika merkezli ürünlerin reklamlarını dünya çapında yayımlamaktadır. İnsanları hayal

dünyasına çeken reklamlar, göz boyama sanatını ustalıkla icra etmektedir; bu nedenle tüketiciler kandırıldıklarını fark etmezler ve kendi istekleriyle, ihtiyaç duymadıkları ürünleri satın alırlar.

3.4. Reklam

Sanat, tarih boyunca estetiğin ve ifade özgürlüğünün trajik sesi olmuştur. Değişen dönemlerde yeni sanat araçları kullanılarak tartışmalara yol açmış, kabul görmesi beklenmeden başka tartışma konuları da ortaya çıkmıştır. Günümüze kadar uzanan süreçte Sanayi Devrimi yaşanmış, televizyonlar her eve girmiş, dijital dünya açılmış ve internet vasıtasıyla uzakları yakın eden paylaşımlı bir mecra oluşturulmuştur. Sanatsal kuramlar ve çalışmaların kullanıldığı dijital mecralar, reklamcılıkla birlikte estetiği kapitalist amaçlar doğrultusunda yönlendirerek ilgi çekici durumlar yaratmışlardır.

Reklamlar, ürünlerin kendisini değil, o ürünlere yüklenen yaşam tarzlarını ve duyguları pazarlamakta; bu nedenle insanlar ihtiyaç duymadıkları halde ürünleri satın alma ihtiyacı hissetmektedirler.



Görsel 4: Andy Warhol'un Campbell çorba kutuları[30]

Andy Warhol'un Campbell çorba kutularını sanat eserine dönüştürmesi, seri bant ürünlerinin de sanatsal değer taşıyabileceğini göstererek modern sanat düşüncelerinin temel taşlarından biri olmuştur. Warhol, gündelik hayatta kullanılan objelerin gizli çekiciliğini savunan bir sanatçı olarak öne çıkmıştır. Sanatçı kimliğiyle sergiler açmaya ve eserler üretmeye devam ederken, kişisel siparişlerle de çalışmalarını sürdürmüştür. Birçok eleştiriye maruz kalmasına rağmen sanatını ve işini bırakmayan Warhol, ticaret ile sanat arasındaki ilişkiyi güçlü biçimde ortaya koyarak tüm eleştirilere eserleriyle yanıt vermiştir.

[30] Erişim tarihi: 19.04.2025-01:38
https://en.wikipedia.org/wiki/Campbell%27s_Soup_Cans#/media/File:Campbells_Soup_Cans_MOMA.jpg

Böylece Sanayi Devrimi reklamcılık sektörünü, sektör Andy Warhol'u; Warhol ise yeni bir sanat akımıyla beraber birçok şirketi ve sektörü var etmiştir.

Warhol, sanatın sadece gelir düzeyi yüksek kesimler tarafından ilgi görmesini reddederek, ekonomik durumu düşük kesimlerin hayatta kalmak için tükettiği seri üretim bant ürünlerini sanat eserine dönüştürmüş ve bu felsefesinin arkasında durmuştur. Grafik tasarım ve reklamcılık açısından ürünlerin pazarlanmasında estetiğin vurgulanması, bu anlayışla birlikte önemli bir kuram haline gelmiştir.

Tüketiciye göre reklam stratejisi oluşturulan kompozisyonlarda kitleleri ayırmak ve hedefi doğru belirlemek büyük önem taşımaktadır. Çocuk ürünleri satan markalar reklamlarını çizgi film karakterleri, eğlenceli müzikler ve dans koreografileriyle yaparken, mücevher ve takı sektöründe faaliyet gösteren markalar hedef olarak çiftleri seçmekte ve reklam kompozisyonlarını bu doğrultuda hazırlamaktadır. Bu kompozisyonlarda odak genellikle sorunlu ilişkiler ya da ilişkilerini bir adım ileri taşımak isteyen çiftlerdir. Reklamlar, çiftlerin ürünün satın alınmasıyla daha mutlu olduklarını ve hayatlarının eksik parçalarını tamamladıklarını hissettirmeyi amaçlamaktadır. Reklam tasarımıyla insanların duygularına hitap eden markalar, tüketicilerin olmak istedikleri kişi ve bulunmak istedikleri konumu göstererek bu algıları pazarlamaktadır.

Reklam sektöründe, ürünün kendisi değil, insanın eksikliği pazarlanmaktadır. Sanat ve tasarım da buna yönelik çalışarak estetiği kapitalist amaçlar doğrultusunda kullanmaktadır. Bu duruma bariz bir örnek olarak parfüm ve deodorant şişelerinin üzerindeki figürler verilebilir. Erkekler için üretilen ürünlerde

adrenalinin yüksek olduğu sporlar, anlar ve işler görsel olarak kullanılırken kadınlar için tasarlanan ürünlerde sakinlik ve rahatlama hissi veren tasarımlar tercih edilmektedir. Bu durum, kitlelere göre pazarlamanın önemli bir örneğini oluşturmaktadır.



Görsel 5: Deodorant görseli[31]



Görsel 6: Deodorant görseli[32]

Burberry isimli firmanın yaptığı reklam filmi incelendiğinde çağdaş görsel kültür, dijital efektler ve doğa-insan ilişkisini ön plana çıkaran bir performans sanatı örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Burberry'nin reklam filmi, çağın estetik anlayışına uygun, güncel ve çarpıcı bir örnek olarak değerlendirilebilir. Alışılagelmişin dışında olan bu reklam filmi, üzerine titizlikle düşünülmüş ve

[31] Erişim tarihi: 19.04.2025- 14:45
[32] Erişim tarihi: 19.04.2025-17:40

koreograf Wayne McGregor ile iş birliği yapılmıştır. Sinematografik açıdan değerlendirildiğinde, kadraja giren dört oyuncu kırda yürümektedir.



Görsel 7: Open Spaces reklam filmi kırda yürüyüş sahnesi[33]



Görsel 8: Burberry Open Spaces reklamı[34]

Ormanın içerisinden esen bir rüzgar sahneye girmektedir. Bu rüzgarla birlikte oyunculardan biri akıma kapılarak havalanır. Havalanan oyuncu, diğerlerinin yanına döner ve onları da peşinden sürükler. Ardından tarlada koşmaya başlayan oyuncular, rüzgarın kendilerini havalandırmasını beklerler. Rüzgarla

[33] Erişim tarihi: 19.04.2025-23:21
[34] Erişim tarihi: 19.04.2025-23:35

birlikte koşan oyuncular sonunda havalanır ve akımda sürüklenmeye başlar. Havalanma anında çalan müzik, insanın yüreğini ağzına getiren, unutulmaz bir duyguyu tarif etmektedir. Bu his, uykumuzda düşüyormuşçasına kalbinin hızla çarpması veya bungee jumping yapan birinin kendini yer çekimine bırakması gibi yoğun bir deneyim yaşatır.

Gençliğe hitap eden reklam filminde rüzgar, nereye eserse oraya savrulan gençlerin bitmek bilmez enerjisini ve hayatlarını anlatmaktadır. Bir arkadaş grubundan birinin bir olaya dahil olmasıyla başlayan hareket, diğerlerinin heyecanla ona katılmasıyla devam eder. Doğa Ana'nın varlığı ise, dünya üzerindeki tabiat ile iç içe olmamızı ve ona bağlı hareket ettiğimizi simgeler. Oyuncuların üzerindeki renk ve ton seçimleri de bu mesajı güçlendirmektedir.



Görsel 9: Burberry Open Spaces reklamı[35]

[35] Erişim tarihi 20.04.2025-00:28

Dansçıların birbirleriyle kurdukları temaslar, sosyal hayatı temsil etmektedir. Kimi zaman bir araya gelen kimi zaman ise birbirinden uzaklaşan arkadaş grubu, doğanın yani kaderin onları sürüklediği yöne doğru savrulmaktadır. Mekanlar bedenleri değil, bedenler mekanları şekillendirmektedir. Dansçılar ormanın içine girdiklerinde, ağaçların arasından savrularak; tıpkı bir yaprak gibi yollarını bulmaktadırlar. Gölün üzerine geldiklerinde ise sadece bir adımla gölü aşmaktadırlar. Ormanda yaptıkları zıplama adımlarının ardından gölü aşmak yalnızca bir adım ötede kalmıştır. Nesnel olarak markanın paltoları uçuşan bedenin bir parçası olarak görünmektedir. Modanın bedenle bütünleşen felsefesi, beden üzerindeki kumaşları birer kanat gibi görmektedir.



Görsel 10: Burberry Open Spaces reklamı[36]

Reklam filminin sonunda dansçılar, uçurumdan zıplayarak havada süzülürler; belirli bir mesafeyi kat ettikten sonra birbirlerine kenetlenip havada asılı kalırlar. Pandemi döneminde çekilen bu reklam filmi, insanların birbirlerinden uzaklaşmak zorunda kalıp yakınlaşmak istemeleriyle ilgili mesajlar içermektedir. Uçurumdan atlayıp süzülen bir grup arkadaş, son sahnede birbirlerine kenetlenerek bir araya gelişin umudunu yansıtmaktadır.

Teknik açıdan bakıldığında, başlangıç sahnesinde kameranın oyuncuları küçültmesi, onları kompozisyonun bir parçası haline getirmektedir. Dijital görsel efektlerin kullanımı ise gerçeküstü bir senaryo yaratmakta ve bu efektlerin reklam filminde estetik amaçlı kullanıldığı görülmektedir. Reklam filminin merkezinde, duygunun simülasyonu amacı yer almaktadır. Oyuncular, duygu patlamalarıyla

[36] Erişim tarihi: 20.04.2025-01:01
https://www.youtube.com/watch?v=pIgDRxkuwwg

harekete geçerek birbirlerine yaklaşmakta ve uzaklaşmaktadırlar. Marka, bu reklam filminde ürünlerinin nesnel özelliklerinden çok manevi anlamlar üzerinden özgürlük ve özgünlük kavramlarıyla anlamlandırma yapmaktadır. Open Spaces örneği, çağdaş sanatın dijital görsel efektlerle harmanlanarak oluşturduğu başarılı çalışmalardan biridir.

Reklamların estetikleşmesi ve sanatın kapitalizm için kullanılması, sanat çevreleri tarafından eleştirilere neden olmuştur. Özgünlüğün yerini tekrarlayan yapılar ve basitleştirilmiş mesajların alması, sanatın eleştirel ve özgün yapısının zedelendiği düşüncesini doğurmuştur. Tekdüze film senaryolarında bir karakterin yolculuğunda edindiği gelişim, çıkacak tüm filmler açısından benzerlik göstermektedir. Bu nedenle tüketicinin yani izleyicinin yeniliğe olan ihtiyacı körelmektedir. Kültür endüstrisinin estetik algısı, amacını gerçekleştirecek düzeydedir. Bu duruma eleştiri getiren Adorno, tüketimin manipülatif etkisinin sanatsal araçlarla insanların duygularını yönlendirmesini vurgulamaktadır (Adorno, 2024).

4. SANAT KAVRAMININ OLUŞUMU VE GELİŞİMİ

Sanat, birçok farklı şekilde ve birçok insan tarafından çeşitli algılanabilir. Bir sanat eserini anlamak için sanatçının hitap ettiği kitleyi ve eserle ilişkilendirilen kavramlar hakkındaki bilgi birikimine sahip olmak gerekmektedir. Eser başta anlaşılmasa bile sanatçı ve eserin ait olduğu bağlam sonradan tanındığında sanat eseri de anlaşılabilir. Sanat algısı bu nedenle değişkenlik gösterir; kesin bir yargıya varmadan veya eserin aslı hakkında bilgi edinmeden karar vermek sakıncalı

olmaktadır. Bir sanat eserinin doğru şekilde incelenebilmesi için sanatın hangi aşamalardan geçtiğini, nelerle var olduğunu, kısaca sanat tarihini bilmek gerekir.

Sanat, insanlık tarihi boyunca sayısız değişimden geçmiştir. Din, bölgesel kültürel unsurlar, savaşlar, reformlar ve teknolojiyle şekillenmiş, yaşadığı her dönemde değişmiş, engellenmek istense bile su gibi yolunu bularak kendini açığa çıkarmış ve gelişimini sürdürmüştür. Günümüzde evrilen sanat, dijital ortamlarda şekillenmekte ve yavaş yavaş sağlam bir yer edinmektedir. Bu tür sanatlar; yazılım, video oyunları, pixel sanatları ve reklamcılık gibi alanlarda kendini göstermiştir. Günümüzde "metaverse" gibi bildiğimiz dünyadan ayrı yeni dijital topraklarda da kendini göstermeye başlamıştır. Metaverse dünyasında sanatı yalnızca tablolarla sınırlamak hatalıdır. Çünkü insan eliyle yaratılan bu dünyada kullanılan faktörler, insanoğlunun bilgi birikimiyle inşa edilmiş yazılım mühendisliği, grafik tasarım, mimarlık, 3D tasarım ve dijital tasarım gibi disiplinlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeleri anlamak ve sanatın günümüzde nerede olduğunu, gelecekte nasıl şekillenebileceğini öngörebilmek için öncelikle sanat kavramının ne olduğunu ve nasıl algılanması gerektiğini öğrenmek gerekmektedir.

İnsanlık tarihiyle ayrılmaz bir bütün olan sanatın, geçtiği dönemleri ve bu dönemlere bağlı değişimleri; ayrıca değişimler esnasında hayatta kalmak için kendini nasıl evrimleştirdiğini görmek ve bilmek önemlidir.

Sanata etki eden faktörler aslında insana etki eden faktörlerdir. Dış etkenler, doğrudan veya dolaylı olarak sanata yansımaktadır. Sanat, insanın dışavurum aracı olarak insan gibi dış etkenlerden beslenir; bu nedenle insanda meydana gelen her değişim sanata da yansımaktadır. Sanat akımları içinde eskiye özlem görülürken,

yeni olanın içinde de eski tip sanat öğeleri yer almaktadır. Sanatçıların çevresi, sosyal hiyerarşi, toplumun kültürü ve inanç sistemi, ekonomik yapısı, dünyada gelişen savaş ve barış olayları ile teknoloji ve insan hayatına dokunan buluşlar, hem insanı hem de sanatı etkileyen önemli unsurlardır.

Rönesans dönemiyle birlikte kilisenin insanlar üzerindeki baskısı kalkmış; insanlar özgürce yaşamaya ve araştırmaya başlamıştır. Sanat ve bilim dünyasında hızlı gelişmelerin yaşanabilmesi için zemin hazırlanmış ve ilerleyen süreçte bu sıçramalar gerçekleşmiştir (Smith, 2003). Rönesans, Antik Yunan ve Roma sanatının yeniden doğuşu olarak kabul edilir; bu dönemde eski sanat ve mitolojik tasvirleri ele alan estetik eserler ortaya çıkmıştır. Resimlerde eril figürler kaslı, anatomik olarak muntazam ve orantılı olarak tasvir edilirken dişi figürler güzel, çekici ve orantılı biçimdedir.

Renkler, çeşitli mesajları ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. Mor renk, asaletin, ihtişamın ve soyluluğun simgesidir (Doyle, 2021). Tarihî dönemde bu rengin üretimi oldukça zor ve pahalı olduğu için sadece soylular, yani krallar ve kraliçeler bu renge ulaşabilmiştir. Yönetim rengi Avrupa'da mor iken, Asya'da özellikle Çin hanedanlığında sarıydı; çünkü iki kültürün inanışları farklılık göstermektedir (Çalışkan & Kılıç, 2014). Avrupa'da renge ulaşmanın zorluğundan dolayı mor renk yönetimde tercih edilmişken Asya'da yöneticinin güneşin oğlu olduğuna inanıldığı için güneşin rengi olan sarı renk yönetici rengi olmuştur (Lingo Ace Yeni Medya Ekibi, 2023). Sarı renk bazı dönemlerde geçiciliğin simgesi olurken, bazı dönemlerde ve tablolarda tehlikenin rengi olarak da karşımıza çıkmıştır.

Kırmızı renk, aşkın, tutkunun ve ihtirasın rengidir. Beyaz renk ise saflığın, duruluğun ve temizliğin rengidir. Beyaz, İslam kültüründe birçok yerde karşımıza çıkar. Örneğin Fatımi Sultanları kıyafetlerinde beyazı tercih etmiştir (Dewji, 2021). Meyveler de sembolik olarak kullanılmıştır. Nar; arzu, doğurganlık, evlilik, bazen de diriliş ve ölümsüzlük gibi anlamları taşır. Şarap ise İsa Peygamber'in çektiği acılara referans olarak kullanılmaktadır.

Rönesans'ın ardından Maniyerizm akımı ortaya çıkmıştır. Bu akım, Rönesans ekolüne karşı çıkarak her şeyin karışıp iç içe geçtiği bir dönemi temsil eder. Figürler uzun ve deforme şekilde resmedilmiştir. Maniyerizm'in ardından Barok sanat gelmiştir. Maniyerizm, Barok sanatın geçiş evresi olarak kabul edilmekte ve bu dönemin hazırlayıcısı konumundadır. Barok sanat, resim, heykel, mimari, müzik ve edebiyatta kendini göstermiştir; özellikle mimaride güçlü bir şekilde hissedilir. Barok sanat, Rönesans'a tamamen karşıdır. Tablolarda anlatılmak istenen ön plana çıkarılmak için ışık kullanılmış, arka plan karanlık bırakılarak vurgu ışıkla sağlanmıştır. Resimler hareketli ve içerik olarak zengindir. Mimari alanda ise görkemli yapılar inşa edilmiş; süslemelere önem verilmiş ve abartılı tasarımlar tercih edilmiştir. Barok sanatını Rokoko, Rokoko'yu Neo-Klasizm, Neo-Klasizm'i Romantizm, Romantizm'i ise Realizm takip etmiştir.

Sanat akımları resimleri değiştirebildiği gibi sanat akımlarını etkileyen dünyayı sarsan olaylar da olmuştur. Fransız İhtilali, Sanayi Devrimi ve sanata yeni bir yön veren fotoğraf makinesinin icadı bu olaylara örnek verilebilir. İzlenimcilik (Empresyonizm) akımı, ışığı yakalamak ve o anı kaydetmek üzerine odaklandığı için resimlerde fırça darbeleri ince ve titreşim halindedir. Fotoğraf makinesinin icadı,

görüntüyü durdurduğu için duygudan uzak ve nesnel bir bakış açısı sağlamıştır. Bu gelişme üzerine Paul Delaroche, “Bugünden itibaren resim ölmüştür” demiştir. Bu tür tartışmalar yaşanmış olsa da günümüzde fotoğrafçılık ayrı bir sanat dalı olarak kabul edilmekte ve gelişimini sürdürmektedir.

Sanayi Devrimi sonrasında ve elektrik kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bu alanda çalışan bilim insanları ve mühendislerin geliştirdiği sistemler sayesinde teknoloji hızla ilerlemiş ve bu gelişmeler sanatın dallarından biri olarak yeni bir uzantı yaratmıştır.

Animasyon sektörü, özellikle çocuklar için yapılan çizgi filmler, gelişen teknolojiden en çok faydalanan sektörlerden biridir. Teknolojinin görsel kullanım unsurları, afişlerle başlamış; daha sonra reklam, propaganda ve haberleşme alanlarında basit afişler halinde karşımıza çıkmıştır. Afişler, tiyatro oyunlarını halka duyurmak veya savaşlarda tarafların haklı mücadelesini insanlara kanıtlamak amacıyla propaganda aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır.

II. Dünya Savaşı’nın sonlanmasıyla oluşan barış ortamı ve yıkılan devletlerin yeniden ayağa kalkması sürecinde, üretilen ürünlerin kitlelere tanıtımı radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla yapılmıştır. Deniz aşırı ülkelere birkaç saniyede ulaşabilen yayınlar aracılığıyla reklamlar yapılmış; Almanya veya Amerika’da üretilen çizgi filmler, televizyon ve radyo ağı bulunan evlere ulaşabilmiştir.

Teknolojik gelişmeler ve keşfedilen yeni topraklar üzerinde sanat kendine yer bulmuş ve meyvelerini vermiştir. Dijital sanatlar, reklam, pazarlama ve video oyunlarında kendini göstermiş; 3D modelleme, pixel art, animasyon ve ekranlarda

yer alan LED'li reklam panoları gibi çeşitli alanlarda sanata önemli etkilerde bulunmuştur.

4.1. Mağara Resimleri

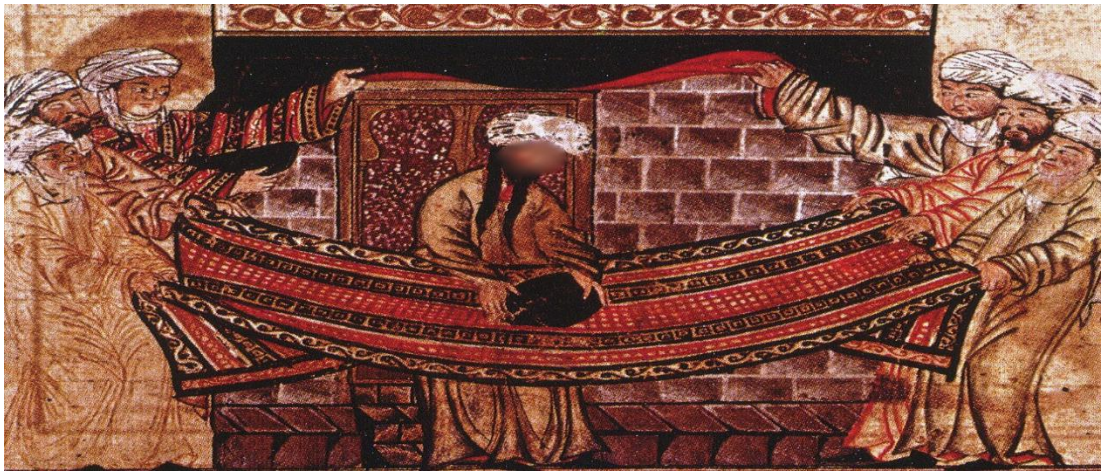
Mağara resimlerinin izleri Paleolitik (Eski Taş Çağı) döneme kadar uzanmakta olup yaklaşık 40.000 yıl öncesine dayanmaktadır (Özdemir, 2021). Bu resimler genellikle hayvan figürlerinden oluşmakta; hem detaylı hem de detaysız örnekleri dünyanın birçok bölgesinde bulunmaktadır. Resimler üzerine binlerce tartışma, makale ve fikir yayımlanmış olup çeşitli yorumlar ortaya atılmıştır. Bunlar arasında resimlerin av zamanının bereketli geçmesi için yapıldığı, avın nasıl gerçekleştirildiğini anlatan günlük tarzı işler olduğu, hayvanlara saygı olarak onları doyurup hayatta tuttukları için yapıldığı, dini bir ritüel kapsamında Şamanist inançla yapıldığı ve hayvanların sadece resmedildiği gibi düşünceler yer almaktadır (Özdemir, 2021).

Tüm bu görüşlerin ortak noktası, insan figürünün hayvanların yanında hep küçük kalmasıdır. Bu durum, insanın o zamanlarda doğa karşısında aciz olduğunu ve ona üstünlük kuramadığı için bir eziklik duygusu yaşadığını göstermektedir. İnsanlar gördüklerini, tarih öncesi dönemde bu şekilde ifade etmişlerdir. Kendini ifade etme yeteneği sanatı doğurmuş; basit ve detaysız çizimler zamanla yerini daha detaylı çizimlere bırakmıştır. Bu çizimler, dünyanın birçok yerinde farklı milletten ve kültürden insanlar tarafından gerçekleştirilmiştir. Mağara resimlerinde sadece hayvanlar ve av sahneleri değil, aynı zamanda kendi geleneklerinden kültürel ögelerin izleri de duvarlara yansıtılmıştır.

Mezolitik çağda ise resimler mağara duvarlarından çıkarak dışarıdaki duvarlara ve ağaçlara yapılmaya başlanmıştır. Dış dünya ile etkileşime giren insanoğlu, doğadan ilham alarak çeşitli alanlarda ve şekillerde kültür ve sanat eserleri üretmiştir. Resimlerin boyalarında doğada bulunan farklı malzemelerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Artut'a (2004) göre antropologlar ve arkeologların araştırmaları sonucunda, toz haldeki boyaların su veya yağlı maddelerle ezilerek hazırlandığı ortaya çıkmıştır.

4.1.1. Resmi Yönlendirenler

Yapılan resimlerin konusu genellikle peygamberlerin hayatı, mitolojik anlatılardaki olaylar, kahramanlıklar, savaşlar, trajediler ve soyluların statüsü olmuştur. Büyük çoğunluğu dinî ve mitolojik anlatıları ele alan bu resimler, Hz. İsa ve Hz. Meryem'in portrelerini, yaşadıkları olayları, yolculuklarında uğradıkları şehirleri ve maceralarını, ayrıca onların etkilediği insanları ve temsilcilerini konu edinir. Figür olarak doğrudan kullanılmasalar da sembolik olarak seçilen konular gereği bu kişilerin orada olduğu hissi verilmiştir. Orta Çağ'da en çok tercih edilen konu olan din, sanat tarihine incelenmesi gereken yüzlerce eser bırakmıştır. Hz. İsa'nın hayatını konu alan eserlerde Batı'da genellikle yağlı boya tablolar yapılırken Doğu'da minyatür türünde eserler üretilmiştir. Reşidüddin Fazullah-ı Hemedani'nin 1307 tarihli Dünya Tarihi kitabında Hz. Muhammed'in (sav) yüzünün görüldüğü minyatürler bulunmakta ve peygamberliği ile bu süreçte yaşadıklarını anlatan bir dizi olay resmedilmektedir.



Görsel 11: Reşidüddin Hemedani, Hz. Muhammed, Hacer'ül Esvedi, Kabeye yerleştirirken[37]

Bunların yanı sıra resimlere konu olan olaylar; dünyayı değiştiren savaşlar, kendileri için veya resmî olarak yaptıranlar açısından önemli olan konular, sipariş üzerine oluşturulan portreler ve sahneler olmuştur. Şüphesiz, resmi yönlendiren en temel etken paradır. Basit bir örnek olarak bu durumu Firavunların yaptırdığı hiyerogliflerle açıklayabiliriz. Antik Mısır döneminde mumyalama işlemi, maddi gücü olanlar tarafından yaptırılmaktaydı. Mumyalama yalnızca firavunlara özgü olmamakla birlikte, bir mezar yapısı yaptırmak ve bu mezarın içine firavunun hayatından parçalar işlemek, açıkça parayı yani gücü elinde bulunduranlar için geçerli bir ayrıcalıktı.

[37] Erişim tarihi: 19.04.2025-19:56
Dini hassasiyetler sebebiyle görsel bulanıklaştırılmıştır.
https://www.wikiwand.com/tr/articles/Reşîdüddîn_Fazlullah-ı_Hemedânî#/media/Dosya:Mohammed_kaaba_1315.jpg

4.2. İnanç Adı Altında Yapılan Resimler

İnsanoğlu demiri kontrol altına almaya başladığında kendisini savunmak amacıyla silahlar üretmiştir. Savaşlarda ise kendisine güç ve kudret vereceğine inanılan sembolleri baltalarına, kılıçlarına kazıyarak bu güçten faydalanmıştır. Bu semboller, doğayla iç içe olan insanın avcı hayvanlardan etkilenmesiyle oluşmuş ve kartal, kurt, ayı, geyik, kaplan gibi yırtıcıları temsil etmiştir. İnsanoğlu yaratıcılığını doğadan almış; doğada gözlemlediklerini zihninin yardımıyla biçimlendirip bükerek ortaya çıkardığı eserleri içselleştirmiş, onlara bağlanmış ve böylece kültürünü oluşturmaya başlamıştır.



Görsel 12: Tümgeneral John E. Wool'un (1784–1869) Kılıcı ve Kını[38]

[38] Erişim tarihi: 11.05.2025-22:52
Samuel Jackson | Congressional Presentation Sword and Scabbard of Major General John E. Wool (1784–1869) | American, probably Baltimore | The Metropolitan Museum of Art



Görsel 13: Aslan Başı Şeklinde Sallet[39]

Kültürün bir diğer şekillendiricisi coğrafyadır (Kayserili, 2011). İnsanın bulunduğu coğrafi konum, iskelet yapısından düşünce yapısına, hareketlilikten yaratıcılığa kadar her yönünü etkilemiştir. Madenlerin işlenmesiyle birlikte takılar, doğadan esinlenen figürlerle süslenmiştir. Hayvan figürlü kemer tokaları, mitsel hayvanların kullanıldığı taçlar, broşlar, küpeler ve kolyeler, hayvan figürleri veya bitkisel motiflerle zenginleştirilmiştir.

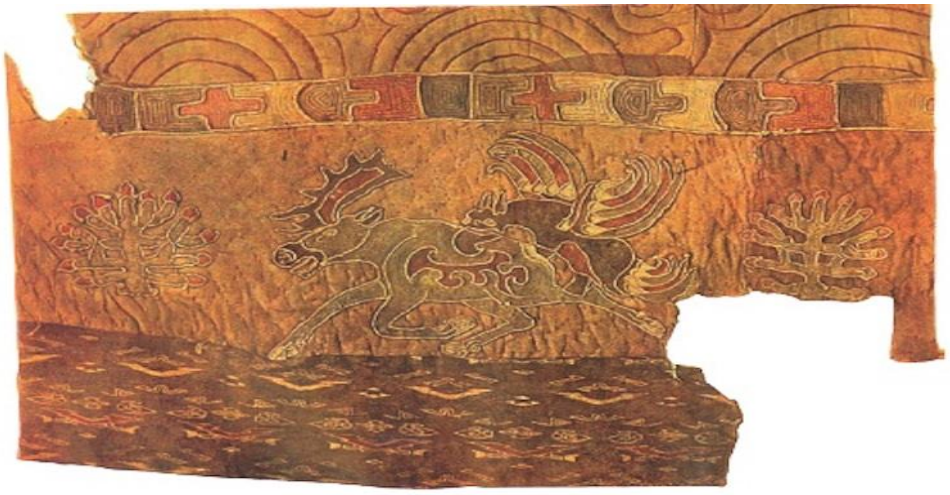
[39] Erişim tarihi: 11.05.2025-22:54
Sallet in the Shape of a Lion's Head | Italian | The Metropolitan Museum of Art



Görsel 14: İskit tacı[40]

Mitolojik tasvirlerin ve bölgesel üslupların halı sanatında da kendini gösterdiği görülmektedir. Halı üzerine işlenen geometrik ve bitkisel desenler, insanların yaşadığı coğrafyadaki sembollerin işlendiği adeta bir tuval işlevi görmüştür. Halıların üzerine av sahneleri, savaş ve tören gibi çeşitli olaylar da dokunmuştur. Malzeme kalitesindeki farklılıklar nedeniyle halılar, yöneticilerin birbirlerine hediye verip aldıkları önemli bir araç haline gelmiştir.

[40] Erişim tarihi: 11.05.2025-22:59
Türk Sanat Tarihi | İskit ve Sarmat Hazineleri



Görsel 15: Noin ula Kurganından çıkan Halı üzerindeki hayvan mücadele sahnesi[41]

4.3. Dinlerle Şekillenen Resim

Orta Doğu'da semavi dinlerin sanat üzerindeki etkisi genel kabul görmektedir. Başta Suriye'nin kuzeyinde ortaya çıkıp daha sonra tüm dünyaya yayılan ve Avrupa'nın büyük bölümünde baskın din olan Hristiyanlık, ikonografisiyle sanatı şekillendirmede önemli bir rol oynamıştır (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2007). Dinlerde anlatılan peygamberlerin hayatları ve onları takip eden kişilerin başından geçen olaylar, özellikle Rönesans döneminin temel konuları arasında yer almıştır. Semavi dinlerden önce ise çoktanrılı dinlerin mitolojik hikâyeleri dilden dile aktarılmıştır.

Rönesans döneminde resimler; Rönesans öncesi dönemde ise tapınaklar, heykeller, takılar ve seramik eserler dinî ve mitolojik anlatımlardan etkilenmiştir. Rönesans öncesinde el yazmalarında ve manastırlarda bulunan ikonografik resimlerde, İsa'nın ve çevresindekilerin yaşadıkları olaylar işlenmiştir.

[41] Erişim tarihi: 11.05.2025-23:02
İslamiyet Öncesi Türk Sanatında Hayvan Sembolizmi - Arkeofili

Hristiyanlığın yanı sıra Yahudi peygamberlerine ait ikonografik anlatımlar da bu dönemde yer almıştır.

Bu dönemde resim sanatı, öncekilere kıyasla insan anatomisi konusunda daha detaylanmış; İsa'ya odaklanması sebebiyle portre detayları ortaya çıkmıştır. İnsan anatomisi ve detayları sanatın odak noktası haline gelmiştir. Bu tür detaylı portrelere güzel bir örnek olarak Mısır'da bulunan Feyyum Mumya portreleri gösterilebilir. Bu portreler, Roma idaresindeki Mısır'da tabutların veya mumya sargılarının üzerinde yer almakta olup oldukça detaylı ve kişilik özelliklerini yansıtan eserlerdir (Ekici, 2013).

Hristiyanlık tarihinde İkonoklazma olarak adlandırılan bir dönem yaşanmıştır. Bu dönemde tasvir yasağı getirilmiş, İsa'nın portreleri silinmiş ve yeniden yapılması yasaklanmıştır. 717-843 yılları arasında süren bu dönemde karar geri alınmış ve İsa tasvirleri yeniden yapılmaya başlanmıştır (Dirlik, 2022). Bu yıllar boyunca bazı manastırların gizlice tasvirler yaptığı bilinmektedir. Chludov Mezmur Kitabındaki bir sayfaya ait olan görselde görülen sahne ikonoklazma döneminde İsa'nın tasvirinin silinmesidir.



Görsel 16: Chludov el yazması Mezmurlar kitabından İkonaklazmayı anlatan çizim[42]

Bu yazmanın, ikonoklazmanın erişemediği bir manastırda ikonoklazma döneminde mi yapıldığı, yoksa ikonoklazma sonrasında bu dönemi anlatmak amacıyla mı üretildiği kesin olarak bilinmemektedir. Hristiyanlığın ilk dönemlerinde sanat bu şekilde ilerlerken zamanla kiliseler güçlenmiş ve halkı kendilerine bağımlı kılmışlardır. İnsanların sadece çalışıp dua etmelerini, kiliseye yardım etmelerini ve başka işlerle uğraşmamalarını sağlamak amacıyla dogmalar aracılığıyla baskı kurarak zihinlerini hapseden bir sistem oluşturmuşlardır (Lee, 2004).

[42] Erişim tarihi: 30.04.2025-17:36
https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Chludov_Psalter?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=tc#/media/File%3ACrucifixion_with_iconoclasts%2C_Chludov_Psalter%2C_folio_67r.jpg

4.4. Rönesans ve Devamında Gelişen Sanat Akımları

4.4.1. Rönesans

Rönesans döneminde, Antik Yunan ve Roma sanatının yeniden doğuşu yaşanmış; eski sanat ve mitolojik tasvirleri ele alan estetik eserler ortaya konmuştur. Resimlerde eril figürler kaslı, anatomik olarak muntazam ve oran-orantıya büyük özen gösterilerek tasvir edilmiştir. Dişi figürler ise güzel, çekici ve dengeli oranlara sahip olarak işlenmiştir (Labno, 2013). Rönesans, antik çağ kültürü ve İtalyanizm bakış açısını benimsemiştir (Faure, 1992)[43].

Rönesans döneminden sonra resim ve teknikler gelişmeye başlamış, ilerleyen zamanlarda ortaya çıkan her sanat akımı, kendinden öncekinin bir tepki olarak doğmuştur. Her yeni üslupta odak noktalar değişmiş; bu değişimle birlikte çizgi ve boya teknikleri de farklılaşmıştır. Resim sanatı bu dönemlerde dallanıp budaklanmıştır.

Rönesans sonrası dönemde resim, tablolar ve kağıtlar üzerine yapılmış; heykeller ise detaylanarak ince işçilikle oluşturulmuştur. Sanatçılar, resimler üzerinde mantık yürütmeye başlamış, eserlerine anlamlar yüklemişlerdir. Adeta mesaj verircesine bizlere hissettiklerini anlatmış ve bu mesajları çeşitli sembollerle iletmişlerdir.

---

[43] Paul, Faure, *Rönesans,* 1. Basım, İletişim yayınları, İstanbul 1992, S: 10

4.4.2. Maniyerizm

Rönesans'ın ardından Maniyerizm akımı ortaya çıkmıştır. Maniyerizm, Rönesans ekolündeki düzen ve uyuma karşı çıkarak her şeyin karışıp iç içe geçtiği, figürlerin uzun ve daha deforme şekilde resmedildiği bir sanat anlayışını benimsemiştir. Maniyerist dönem, Barok dönemi ile Rönesans arasında köprü görevi gören bir geçiş dönemi olarak kabul edilmektedir. Raphael'in ölümünden Barok dönemin başlangıcına kadar devam eden bu süreçte, Avrupa'nın dinî ve sosyal kurumlarına karşı kapsamlı bir muhalefet yaşanmıştır (Beksaç, 1994).

"Manira" kelimesi İtalyanca kökenli olup "tavır" veya "üslup" anlamlarına gelmekte, dolayısıyla Maniyerizm diğer bir ifadeyle "Üslupçuluk" olarak da adlandırılmaktadır. Rönesans döneminde gözlemlenen uyum ve ahenk, Maniyerizmde görülmemekte, kendine has farklı bir ahenk bulunmasına rağmen, Rönesans'tan belirgin şekilde ayrılmaktadır. Bu dönemdeki sahneler, heyecanlı ve şiddetli bir anlatıma sahiptir.

4.4.3. Barok Sanat

Maniyerizm'in ardından Barok sanat ortaya çıkmıştır. Maniyerizm akımı, Barok sanata geçiş evresi olarak kabul edilmiş ve bu dönemin hazırlayıcısı olmuştur. Barok sanat; resim, heykel, mimari, müzik ve edebiyat gibi sanatın tüm dallarında kendini göstermiş; özellikle mimaride güçlü biçimde hissedilmiştir (Ülger, 2024). Barok, Rönesans'a tümüyle karşıt bir anlayışı temsil eder.

Barok tablolarında anlatılmak istenen konuyu ön plana çıkarmak için ışık kullanılmış, arka plan ise karanlık bırakılarak vurgu göze ışıkla çarpıtılmıştır. Resimler hareketli ve içerik olarak zengindir. Mimari alanda ise görkemli yapılar

inşa edilmiş, süslemelere büyük önem verilmiş ve abartılı tasarımlar tercih edilmiştir. Barok dönemi, 17. yüzyılın tamamını ve 18. yüzyılın başlarını kapsamaktadır.

"Barocco" kelimesi Portekizce kökenli olup tam yuvarlak olmayan, düzensiz ve eğri büğrü inci tanesi anlamına gelmektedir (Duran, 2018)[44]. Bazı eleştirmenler, Antik Yunan ve Roma sanat yöntemlerinin uygulanmaması gerektiğini savunmuş; bu eleştirmenler, dönemin katı kurallarını dikkate almamayı bir zevksizlik olarak görerek bu üslubu "Barok" olarak adlandırmışlardır.

Zenginlik ve ihtişamın sanatı olarak tanımlanan Barok sayesinde dinî otoritelerin sanatı koruma oranında bir artış yaşanmıştır. Bu dönemde yapılan eserlerde mimari ve yağlı boya tablolar açısından aşırılık göze çarpmaktadır.

4.4.4. Neoklasizm

Neoklasizm, 1760'larda başlamış ve etkisi 1840-1850'li yıllara kadar devam etmiş bir sanat akımıdır. Barok ve Rokoko'nun aşırı süslemeciliğinden bıkan ve bu üslupların detaylarını abartı olarak gören sanatçılar tarafından Klasizm'e özlem ve dönüş olarak geliştirilmiştir. Neoklasik sanatta yeni çağın olayları antik ekole bağlı kalarak klasik üslupta işlenmiş, bu sayede klasik döneme atıfta bulunulmuştur. Neoklasizm'in özellikleri arasında eğik çizgiler yerine düz çizgiler, renk kullanımının yerine karalamalar ve derin planlanan kompozisyonlar yerine kapalı, sınırlı kompozisyonlar tercih edilmesi yer almaktadır.

---

[44] Ayşe Duran, "Barok Dönemde Bir Kadın Ressam: Artemisia Gentileschi", (Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü 2018, S: 49.

Neoklasizm'in ortaya çıkmasına zemin hazırlayan önemli bir olay ise, 18. yüzyılın ikinci çeyreğinde arkeolojik kazılar sonucunda ortaya çıkan Roma şehirleri Herkülaneum ve Pompeii'nin keşfedilmesidir. Bu kazılarda bulunan klasik üsluptaki eserler yeniden popüler olmuş ve sanatseverleri boğucu süslemecilikten farklı bir yöne yönlendirmiştir (Irwin, 2024).

4.4.5. Romantizm

Romantizm akımı, yaklaşık olarak 1770'lerde başlamış ve 19. yüzyıla kadar devam etmiştir. İlk olarak şiirde kendini gösteren bu akım, daha sonra resim, heykel, mimari ve müzik alanlarını da etkilemiştir. Çıkış bölgesinin Almanya olduğu düşünülen Romantizm, Fransa, İngiltere, İspanya gibi Avrupa ülkelerinin ardından Amerika'da da etkisini göstermiştir.

Romantizm akımında duygular ön plandadır; ifade edilenler genellikle gizemli, bilinmeyenlere karşı olan ilgiyi yansıtır ve tarihe, tarihi olaylara dayanır (Göktepe, 2020). Resimlerde ufuk çizgisine bakan figürler, doğa ve egzotik ortamlar sıkça kullanılmıştır. Durağanlık yerine hareketlilik tercih edilmiştir. Resimlerde hareket belirgin şekilde göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra renklerin tonlamaları ve ışık kırılmaları da dikkat çekicidir. Konunun duygusunu etkili bir biçimde vermek ve anlatmak, sanatçı için vazgeçilmez bir unsurdur.

Neoklasizm'e karşı ortaya çıkan Romantizm, rasyonel konuları reddetmiş ve fiziki içeriklere tepki oluşturmuştur. Romantizm için birey, öznellik ve duygusallık ön plandadır. Bir önceki sanat akımının aksine, romantizmde ayaklar yere basmamakta; sanatçı, yaratıcı ruhundan ilham almakta, acılar dayanılmaz,

mutluluklar ise tarif edilemez ve uçlarda yaşanmaktadır (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2024).

4.4.6. Realizm

19. yüzyılın ortalarında ortaya çıkan Realizm akımı, Neoklasik üslup ve Romantizm akımına bir tepki olarak doğmuştur. Realizm; hayal dünyasından uzak, objeyi ve figürü olduğu gibi aktaran ve anlatan bir anlayışı benimsemiştir. Bu akımda sanatçılar için dillere destan bir güzellik ya da katlanılamayacak bir acı yoktur; her olgu, olduğu gibi yansıtılmaktadır. Bu yaklaşım, tablolarında yaşlı insanların yüzlerindeki kırışıklıkları, insan vücutlarının şekilsiz, cılız ve toplum normlarına uymayan özelliklerini olduğu gibi göstermekten geçer (Yıldız, 2020)[45].

Eğer bir sanatçı Romantizm akımında yaşlı bir figür resmedecek olsaydı, yaşlılığın belirginleşmesi için figürün yanına genç ve güzelliğiyle dikkat çeken başka bir figür eklemeyi tercih ederdi. Romantik sanatçılar, kırışıklık, sarkmalar, morarmalar, göz yorgunluğu gibi toplumun güzellik normlarına uymayan unsurları göstermekte isteksiz davranır, figüre karşı romantik bir duygu beslerlerdi.

Klasizm akımında ise bir tablodaki figürlerin vücut hatları, toplumun hayal ettiği, arzuladığı ve olmak istediği biçimde aktarılır; erkek figürler iri yapılı, çatılı, ince belli ve kalın kollu; kadın figürler ise küçük göğüslü, ince belli, dolgun basenli ve kıvrımlı olarak tasvir edilirdi.

---

[45] Merih Yıldız, "Batı Resim Sanatında Sembolizm Bağlamında Doğa Metaforu" (Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü 2020, S:29.

Gerçekçilik akımı ise, hayal edilen görüntüyü değil, gözün yalın gerçekliğini aktarmayı tercih etmiştir (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2024).

4.4.7. Pop Art

20. yüzyıl içerisinde dünya, her alanda büyük bir sıçrayışla değişimlere uğramış ve bu değişimlerden sanat alanı da etkilenmiştir. Ticari ve kültürel etkenlerden beslenen soyut dışavurumculuk akımı ise bu süreçte genç sanatçılar tarafından, birbirlerinden bağımsız olarak Amerika ve İngiltere'de 1950'lerin sonları ile 1960'ların başında ortaya çıkmıştır (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2024).

Dünyanın endüstriyelleşmesi ve seri üretimin yaygınlaşması, Pop Art akımının hem ilham kaynağı hem de eleştiri odağı olmasını sağlamıştır. Tüketimin kültürel bir dönüşüme uğradığını gören sanatçılar, sanatlarını ve eleştirilerini bu dönüşümle birleştirerek dünyaya yeni bir sanat akımı kazandırmışlardır. Pop Art; Hollywood filmleri, reklamlar, pop müzik klipleri ve çizgi romanlar gibi popüler kültür unsurlarını kullanarak kendini göstermiştir. Seri üretimin endüstriyel tekniklerini ve mekanik üretim süreçlerini sanatçıların teknikleriyle taklit eden Pop Art, sanatçılar ile seri üretim arasında dinamik bir döngü oluşturmuştur.

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle insanların kendine gelmeye başlaması ve teknolojik gelişmeler üretimde hızlanmayı beraberinde getirmiştir. Piyasaya çıkan yeni ürünlerin üzerindeki Pop Art unsurları, genellikle çizgi roman

ve serigrafi alanlarında öne çıkmış; böylece Pop Art, çocuk ve ergenlerin tercih ettiği ürünlerle birlikte yıllar içinde büyümüştür (Yallıaltın Kaplan, 2008)[46].

Sanatın ilgi çekiciliği, dünyanın ulaşılabilirliğinin artmasıyla dört bir yana yayılmıştır. Gelişen reklam ve reklamcılık sektörü sayesinde ürünler üzerindeki Pop Art motifleri okyanus ötesindeki alıcılara ulaşarak ilgi çekmiş ve Pop Art takipçi kitlesi dünya çapında genişlemiştir. Pop Art, ortaya çıktığı döneme uygun olarak tüketim kültürünü yansıtan bir sanat dalı haline gelmiştir.

Pop Art sanatı, İngiltere ve Amerika'da hemen hemen aynı süreçlerde doğmuş olsa da, akımın ilk merkezi İngiltere olarak kabul edilir. Bunun başlıca sebebi ise İkinci Dünya Savaşı'nın yarattığı etkiler olarak gösterilmektedir (Germaner, 1996).

Pop Art ile özdeşleşen Andy Warhol, reklam sektöründe kariyerine başlarken, çorba konservelerini ve Coca-Cola resimlerini tuvallere basarak gerçek ürünler gibi satılabileceğini fark etmiştir. Bu fikrin işe yaradığını ve talep gördüğünü gören diğer sanatçılar da Warhol'u takip etmişlerdir. Basit düşünerek sanatlarını kolayca erişilebilen ürünlerin üzerine yerleştirip onları oluşturmak için kullanmaya başlamışlardır. Sanat kavramı böylelikle ilkçağlardan günümüze kadar insanla birlikte gelişmiş ve varlığını sürdürmüştür. İnsanın sanatı yönlendirmesi ise şüphesiz yadsınamaz bir gerçektir.

---

[46] Nimet Yallıaltın Kaplan, *Popüler Kültür'ün Türk Resim Sanatı Üzerindeki Etkileri,* (Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü 2008, S:47.

4.4.8. Modern Sanatlar

Modern sanatlar, 19. yüzyıldan itibaren Sanayi Devrimi'nin etkisiyle ortaya çıkan yeni ideolojiler, teknolojiler ve tekniklerin sanata yansımasıyla başlamış; ayrıca dönemin sanatçılarının geleneksel sanat yaklaşımlarına karşı çıkmasıyla daha çok bireysel özgürlükleri merkezine alan bir dönem olarak şekillenmiştir (Şahin, 2016). Bu dönemde sanatçılar, gerçekçilikten ve anlam arayışından ziyade fütüristik adımlar atarak deneysel yaklaşımlar benimsemişlerdir. Deneysellik sayesinde, geleneksel tekniklerden uzaklaşarak yeni ifade biçimleri aramışlar ve konu seçiminde, içeriğin belirlenmesinde algısal sınırlamaları kaldırmayı hedeflemişlerdir. Konular ve içeriklerin yanı sıra, sanatın çeşitli alanlarında yeni kategoriler ortaya çıkmış ve bu alanlar sanatçının tercihlerine göre iç içe kullanılabilmiştir. Çok disiplinli sanat anlayışının getirisi olarak ve Sanayi Devrimi'nin sağladığı yeniliklerle birlikte, yaratıcılıkta uçsuz bucaksız fikirler gözlemlenmiştir. Modern sanatların ortaya çıktığı dönem, aynı zamanda dünyanın hızlandığı ve köklü değişimlerin yaşandığı bir zaman dilimidir.

Sanayi Devrimi nedeniyle kırsaldan kentlere göçün yaşandığı bu dönemde, köylü-şehirli çatışmaları, İkinci Dünya Savaşı'ndan çıkmış dünyanın psikolojik durumu, kentlerin modernleşmesi ve teknolojik gelişmeler; modern sanatların gelişimi için birçok alanda ilerleme zemini hazırlamıştır. Bu gelişmelerin sonucunda modern sanatlarda özgünlük ve yaratıcılık ön plana çıkmıştır. Dönemin eserlerinde sadece estetik mesajlar değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel iletişim arayışları da belirgin şekilde görülmüştür.

Modern sanatlar içinde ortaya çıkan birçok akım arasında en önemlilerinden biri olan Fovizm'de, canlı renkler ve soyut formlarla bireysel duyguların vurgulanması ön planda tutulmuştur. Tuval üzerine renkler, karıştırılmadan ve tonlama yapılmadan doğrudan, çiğ halleriyle uygulanmıştır. Bu çiğ renkler arasında yakalanan uyum sayesinde güçlü ve etkileyici kompozisyonlar oluşturulmuştur.

Modern sanat akımlarından biri olan Kübizm, nesnelerin çok yönlülüğünü vurgulamak amacıyla, onları geometrik şekiller aracılığıyla betimleyen bir anlayışla ortaya çıkmıştır. Kübist sanatçılar, gündelik yaşamda gördüğümüz objeleri yalnızca göründükleri biçimiyle değil, aynı zamanda görünmeyen yönleriyle de ele almayı amaçlamışlardır. Onlara göre dış dünya, yalnızca tek bir açıdan algılanmamalı; nesneler önden, yandan, üstten, alttan ve arkadan olmak üzere birden fazla açıdan görselleştirilmelidir. Bu anlayışla oluşturulan kompozisyonlar, bir konunun yalnızca görünen yönleriyle sınırlı olmadığını, farklı bakış açılarıyla görünmeyen taraflarının da keşfedilmesi gerektiğini ifade eder.

Sürrealizm akımı, "gerçeküstücülük" olarak bilinir. Gerçek olmayanın, rüyaların ve hayallerin tuvale aktarıldığı; ahlaki değerlerin tartışıldığı ve normlardan kurtulmanın gerekliliğinin işlendiği eserler barındırmaktadır. Sigmund Freud'un psikanaliz teorilerini kullanan sürrealist sanatçılar, zihnin en derin katmanlarını keşfetmeyi ve oradaki sınırsız karmaşıklığı yansıtmayı amaçlarlar. Sürrealist eserlerde anlam, olay akışı ve nizami kompozisyon gibi etkenler bulunmaz; gerçeklikle bağı olmayan figürler, absürt öğeler ve çelişkiler kullanılır. Gerçeküstücü sanat akımı, Dadaizm ile bazı benzerlikler gösterse de felsefi olarak

birbirinden ayrılır; Dadaizm nihilist bir felsefe benimserken, sürrealizm insan psikolojisiyle ilgilenerek daha içe dönük ve bireysel bir anlatım sunar.

Ekspresyonizm ise, kişinin yaşadığı duygusal dalgalanmaların dışa vurumunu ifade eder. İçerik açısından sürrealizm ile karıştırılsa da, iki akım arasındaki temel fark şudur: Sürrealizm, kişinin psikolojik dalgalanmalarını ve öz korkularını yansıtırken; ekspresyonizm, dıştan gelen etkiler sonucunda ortaya çıkan duygusal dalgalanmalar, korkular ve endişeleri ifade eden bir anlatımı benimser. Toplumsal bir eleştiri olarak ekspresyonistler, modern toplumun insan doğasına aykırı bir yaşam tarzı sürdürmesini, bunun insan ilişkilerini ve bireyin benliğini değiştirmesini ve kişinin kendisine yabancılaşmasını yansıtırlar. Sürrealizmde olduğu gibi, ekspresyonizmde de doğal objeler çarpıtılmış ve bozulmuş biçimlerde kullanılır. Sanatçının öznel algısı, yani hisleri, oluşturulan kompozisyonun merkezindedir. Renkler ve objeler, duyguları daha çarpıcı bir biçimde aktarmak amacıyla kasıtlı olarak çarpıtılır; bu da bir abartı unsurudur.

Ekspresyonizm'in en ünlü tablosu olan "Çığlık" dışavurumculuğu güçlü şekilde yansıtan bir sanat eseridir. Tablonun renkleri, perspektifi ve objelerin, figürlerin formları, dışavurumculuğun vermek istediği mesajı tam anlamıyla iletmekte ve bu akımın kimliklenmesini sağlamaktadır.

Dadaizm sanat akımı ise, Birinci Dünya Savaşının barbarlığına ve değişen topluma yönelik bir protesto olarak mantıksız sanat akımlarını hicvederek doğmuştur. Yeni oluşan burjuva sınıfının entelektüel birikim eksikliğine tepki olarak alaycı bir üslup benimsemiştir. Dadaist eserlerde absürtlük ön plandadır; estetik kaygılar ve kompozisyon düzeni göz ardı edilerek karmaşık, kaotik ve absürt eserler

yaratılmıştır. Bu tarzla toplumsal normlara ve savaşa karşı protesto niteliğinde eserler üretilmiştir. Bu akımın en bilinen örneklerinden biri, Marcel Duchamp'ın "Çeşme" adlı pisuar eseridir. Duchamp, sıradan bir nesneyi sanat eseri olarak sunarak dönemin sanat anlayışı ve algısıyla alay etmiş ve onu sorgulatmıştır. Modern sanatlar, geleneksel anlayışın ötesinde özgünlük ve yaratıcılığı ön planda tutmuş, geleneksel tariflerden sıyrılarak modernleşen ve değişen dünyanın eleştirisini yeni yöntemlerle yapmıştır. Sanatçılar, sınırlı konularda kalmayıp dünya savaşları, sanayileşme, kırsaldan kentlere göç gibi kültürel sorunları eserlerinde işleyerek protesto etmişlerdir. Bu protesto, kendisinden önce gelen tüm sanat akımlarında ortak bir amaç olarak gerçekleştirilmiştir (Arnason & Prather, 1974).

5. DİJİTAL DEVRİM: DİJİTAL KÜLTÜR VE SANAT ÖGELERİ

5.1.Amaç ve Önem

Bu çalışmanın amacı, değişen kültürün günümüzdeki biçimini ve insan elinden çıkan sanat anlayışının değişim sebeplerini ortaya koymaktır. Kültür kavramının tarihsel gelişimini inceleyerek, dijitalleşme süreciyle birlikte kültürel üretim ve sanat anlayışında meydana gelen dönüşümleri analiz etmektedir. Kültürün, tarih öncesi dönemlerden günümüze uzanan çok katmanlı yapısı, her dönemde farklı toplumsal, teknolojik ve ekonomik dinamiklerle şekillenmiştir. Bu bağlamda araştırma, özellikle Sanayi Devrimi sonrasında ivme kazanan modernleşme sürecinin kültür ve sanat üzerindeki etkilerini ortaya koymayı; ardından dijital çağın getirdiği yeni kültürel formları, görsel üretim biçimlerini ve

sanat tanımını nasıl dönüştürdüğünü tartışmayı amaçlamaktadır. İlgili başlıklar, Görsel Kültür ekseninde disiplinler arası bakış açılarıyla ele alınmıştır.

Dijital kültürün sanat üzerindeki etkisi, özellikle bilgisayar oyunları ve NFT (Non-Fungible Token) gibi güncel medya pratikleri üzerinden değerlendirilmekte, bu yeni ifade biçimlerinin görsel kültür bağlamında nasıl anlamlandırıldığı sorgulanmaktadır. Bu çalışma, dijital teknolojilerin sadece bir araç olmaktan öte, aynı zamanda kültürel anlam üreticisi olarak sanatın yapısını nasıl dönüştürdüğünü göstermeyi hedeflemektedir.

Görsel kültür; yalnızca sanatsal imgeleri değil, aynı zamanda gündelik yaşamda karşılaşılan tüm görsel deneyimleri ve bunların toplumsal işlevlerini de kapsayan bir alan olması nedeniyle dijital kültürle olan ilişkisini anlamak ve çağdaş görsel üretim pratiklerini değerlendirmek açısından büyük önem taşımaktadır. Çalışma, bu doğrultuda dijital sanatın yalnızca teknik bir yenilik değil, aynı zamanda kültürel bir paradigma değişimi olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

5.2. Kapsam

Çalışma kapsamında öncelikle kültürün tarihsel gelişimi ve sanatla olan ilişkisi ele alınmış; ardından Sanayi Devrimi'nin kültürel yapılar ve sanatsal üretim üzerindeki etkileri incelenmiştir. Tezin odak noktası, dijitalleşmenin kültürel üretim ve özellikle sanat üzerindeki etkilerini görsel kültür perspektifinden analiz etmektir. Bu bağlamda dijital kültür tanımlanmış; bilgisayar oyunları ve NFT (Non-Fungible Token) gibi dijital çağın özgün sanat pratikleri, görsel anlatım biçimleri, estetik değerleri ve kültürel işlevleri açısından değerlendirilmiştir.

Çalışma, dijital sanatın tarihsel sanat anlayışıyla kurduğu ilişkileri ortaya koymayı amaçlamakla birlikte, görsel kültür teorileri çerçevesinde bu yeni sanat biçimlerinin anlamını çözümlemeye yöneliktir. Ancak kapsamın sınırlandırılması amacıyla bu tezde yalnızca bilgisayar oyunları ve NFT'ler detaylı biçimde incelenmiş; yapay zeka sanatı, artırılmış gerçeklik gibi yan başlıklara değinilmiştir.

Hayatımızın dijitalleşmesi, insan alışkanlıklarının büyük bölümünü kökten değiştirmiş; toplumu, ekonomiyi, kültürü, iletişimi, sanatı, savaşları, insanların sevinç ve korkularını, ayrıca iş alanlarını derinden etkilemiştir. Dijitalleşmenin en büyük etkisi, insan hayatını kolaylaştırması olmuştur. Günümüz teknolojileri henüz yokken günler süren işler, gelişen teknolojiler sayesinde saniyeler içerisinde gerçekleştirilebilmektedir. Bu kolaylığın faydalarını bireysel ve toplumsal her ölçekte herkes görmekte ve hayatlarını kolaylaştırmaktadır.

Haberleşme alanında örnek vermek gerekirse, başlangıçta atlı ve arabalı postacılar, telgraf ağları ve ardından internet haberleşmesi gibi dönüm noktaları, uzak mesafelerde iletişim süresini günlerden saniyelere indirmiştir. Dijitalleşme, analog teknolojinin dijitale dönüşümüyle hızlanmış, gelişen çip ve mikroçip teknolojilerinin kullanılmasıyla bilgi birikimi artmış, internetin yaygınlaşmasıyla ivmesini yükseltmiştir. Dijitalleşmenin en büyük adımı internet kullanımı olmuştur. Dünya çapında okyanusların altından evlerimizin önündeki yer altına kadar uzanan fiberoptik kablolar; hızlı, sanal bir iletişim ağı sunmakta ve bilgi aktarımını sağlamaktadır. Bu hızlı iletişim altyapısı içerisinde banka bilgilerimiz, bankaların milyarlarca dolarlık fonları, eğitim, sağlık, savunma, kimlik gibi kişisel bilgilerimiz güvenle yer almaktadır.

5.3. Dijitalin Kullanım Çevresi

Dijitalleşme, insan hayatını kolaylaştırmasının ardından günlük yaşamda birçok iş ve alışkanlığımızın teknolojik evrim geçirerek ekranlara taşınmasına ve geleneksel yöntemlerden modern yöntemlere geçiş yapılmasına yol açmıştır. Banka ve finans sektörü, dijitalleşmenin köklü değişiklikler yarattığı alanlardan biridir. Geleneksel finans hizmetlerinin işleyişinde gerekli iş gücünün azalmasını sağlayan dijitalleşme, kullanıcılar için erişilebilirliği ve hızı artırırken her iki taraf için de verimliliği yükseltmiştir. Finans sektörünün gelişmesi ve küreselleşmesi, kıtalar arası ticareti kolaylaştırmış, borsa sistemleri ile perakende satış yöntemlerinde köklü dönüşümlere neden olarak sektörü yeni bir boyuta taşımıştır. Borsa sistemlerinin daha geniş kitlelere açılmasıyla hacim artarken küçük şirketler için fırsatlar doğmuş; büyük şirketler ise küçük şirketleri satın alarak veya paravan olarak kullanarak rekabet avantajı elde etmişlerdir.

İnternet altyapısının yaygınlaşması ve güvenlik önlemlerinin artmasıyla e-ticaret ve çevrimiçi alışveriş gibi yeni yöntemler popülerlik kazanmıştır. Günümüzde yapılan alışverişlerin büyük bir kısmı internet üzerinden gerçekleştirilmektedir (Erdem & Baran, 2017). Dijital ticaretin gelişmesinde, Batı dünyasında Amazon ve Doğuda Alibaba gibi büyük platformların faaliyetleri sektörde kar topu etkisiyle büyümeyi sağlamıştır. Alışverişin dijitalleşmesine paralel olarak para ve ödeme sistemleri de evrilmiş; nakit kullanımını azaltarak işlemleri hızlandırmıştır. Ödeme sistemlerinde artan rekabet, Paypal, Apple Pay ve İyzico gibi platformların çeşitli kampanyalarla kullanıcıları çekme mücadelesini doğurmuştur. Rekabet ortamının gelişmesiyle müşteri memnuniyetine önem veren

firmalar, müşterilerin deneyimlerini iyileştirmek üzere yoğun çalışmalar yürütmektedir. Dijital finans sektörünün bir diğer önemli getirisi, siber güvenlik alanında uzmanlaşmış personel yetiştirilmesi ve bu alandaki eğitim ve geliştirme çalışmalarının artmasıdır (Kshetri, 2016).

Dijitalleşen bir diğer geleneksel alan ise eğitimdir. Pandemi gibi kritik küresel krizlerin eğitim süreçlerini aksatmadan sürdürülmesi, dijitalleşmiş eğitim sistemleri sayesinde mümkün olmuştur. Dijital düzenin kurulması ve çocuklarımıza anlatılması kadar, bu sistemlerin geliştirilmesi için eğitim verilmesi de elzem hale gelmiştir. Bu kapsamda eğitimde dijitalleşme ivme kazanmıştır. Bilgisayar destekli öğretim sistemlerinin geliştirilmesiyle başlayan süreç, internetin yaygınlaşmasıyla hız kazanmıştır. Okullarda bilgisayar destekli eğitimlerin ardından internet tabanlı ve günümüzde ise yapay zekâ destekli eğitim modelleri uygulanmaktadır. Eğitim kurumlarının sanal dünyaya entegre edilmesiyle bireyler, istedikleri alanlarda bilgi sahibi olabilmekte ve uygulamalı pratik yapabilmektedir. Eğitimin herkese eşit erişim sağlaması, fırsat eşitliği ilkesinin temelini oluşturmakta; bu sayede özellikle engelli bireylere yönelik ihtiyaçları gözetilerek görsel ve erişilebilir eğitim olanakları sunulmaktadır.

Dijital teknolojilerle güçlendirilmiş eğitimler, sadece okul hayatında öğrencileri desteklemekle kalmayıp mesleki açıdan da pratiklik ve deneyim kazandıracak sistemlere entegre edilmiştir. Özellikle simülasyon eğitimleri, askerî, tıbbi, uzay ve inşaat gibi sektörlerde hayati önem taşımaktadır. Bu simülasyonların temel amacı, söz konusu sektörlerde ortaya çıkabilecek kriz durumlarını deneyimleyerek gerekli pratiklerin kazanılmasını sağlamaktır. İlk kez karşılaşılacak

tehlikeli durumlarda personelin deneyim kazanması ve hayati risklerin minimize edilmesi için gerekli önlemler alınmaktadır. Bu amaçla yazılımsal parkurlar hazırlanmakta ve bu sayede tecrübe sağlanmaktadır. Örneğin, paraşüt eğitiminde gerçek atlayış ve iniş öncesinde sanal gerçeklik ortamında onlarca kez pratik yapılarak olası aksaklıkların ve sakatlanmaların önüne geçilmekte, böylece personelin hayatı ve güvenliği öncelikli olarak korunmaktadır.

Eğitim süreçlerinde kullanılan sanal gerçeklik türleri üç ana gruba ayrılmaktadır: Tam daldırıcı sistemler, Yarı daldırıcı sistemler ve Daldırıcı olmayan sistemler (İçten & Bal). Tam daldırıcı sistemlerde simülasyon oldukça gerçekçi ve tam donanımlıdır; senaryo tam teçhizatla gerçeğe en yakın biçimde tecrübe edilmektedir. Sanal gerçeklik uygulamaları sadece bu sistemlerle sınırlı olmayıp, aynı zamanda artırılmış gerçeklik ve holografik sistemler gibi farklı türleri de kapsamaktadır.

Havacılık ve uzay alanlarında da bu sistemler eğitim amaçlı kullanılmakta; olası kazaların önlenmesi, hataların tespiti ve kazaların hangi senaryolarda gerçekleşebileceği analiz edilerek önleyici tedbirler geliştirilmektedir. Ayrıca doğal afetlerin simülasyonu ve olası sonuçlarının hesaplanması bu teknolojilerin önemli bir kullanım alanıdır. Bu sayede, alınacak önlemlerin etkinliği test edilmekte ve afet yönetimi süreçlerinde daha sağlıklı kararlar alınabilmektedir.

5.4. Sanatın Dijitalleşmesi

Mağara resimlerinden başlayarak insanın kendini ifade çabası, tozlardan boya malzemesi yapma ve tüylerden fırça oluşturma gibi yöntemlerin yerini dokunmatik kalemlere, dijital ekranlara ve içlerindeki renk kodlarına bırakmıştır.

Dijital platformlarda sanat, bilgisayar oyunları, reklamlar, filmlerde kullanılan görsel efektler ve özel günlerde gerçekleştirilen prodüksiyonlarda dijital sanat ve türevleriyle kendini göstermektedir.

Zaman içinde teknolojinin gelişimi ve yeni eğitim alanlarının açılmasıyla sanat da etkilenmiş; bu bağlamda grafik tasarım, video oyun tasarımı, reklamcılık ve medya iletişimi gibi bölümlerin açılmasıyla ilgili alanlarda katlanarak ilerlemeler sağlanmıştır. Bu gelişmelerin temel nedeni Sanayi Devrimidir. Sanayi Devrimi ile artan üretim, tüketim ihtiyacını da artırmış, bu nedenle tüketilecek ürünlerin tanıtımı ve satışı için insanları çekecek reklamlar uygulanmıştır. Ürün çeşitliliğinin artması rekabeti de artırmış, bunun sonucunda reklamcılık sektörü gelişmiş ve sanat anlayışında değişikliklere yol açmıştır.

Fotoğraf makinesinin icadıyla başlayan tartışmalar, dijitalleşme süreciyle farklı bir boyuta taşınmıştır. John Berger, bu konuda resmin anlamının değişmesinden ziyade çoğaldığını ifade etmektedir. Fotoğraf makinesinin icadı, Sanayi Devrimi gibi bir etki yaratmıştır; çünkü artık bir görüntüyü aktarmak için saatlerce el emeği harcanmasına gerek kalmayıp, sadece birkaç işlem yapılarak kısa sürede görüntü elde edilebilmektedir. Bu durum, Sanayi Devriminin getirdiği seri üretim sürecine benzemektedir. Geleneksel olarak sanatçının günlerce üzerine düşünüp yarattığı eser, makineleşmenin ardından daha duygusuz ve sade, işlevsel ürünlere dönüşmüştür. Bu durum, sanat tartışmalarını tetiklemiş; ilerleyen süreçte John Berger'in de belirttiği gibi bu tartışmalar dallanıp budaklanarak farklı kulvarlarda çoğalmıştır.

Fotoğraf makinesi önce renklendirilmiş, ardından video kameranın icadıyla ardışık fotoğraf karelerinin hareketlendirilmesi sağlanmıştır. Bu teknik, televizyon ve sinema gibi görüntü oynatıcılarının doğmasına yol açmıştır. Günümüzde ise görüntüler lazerlerle yansıtılan alanlarda gösterilmektedir.

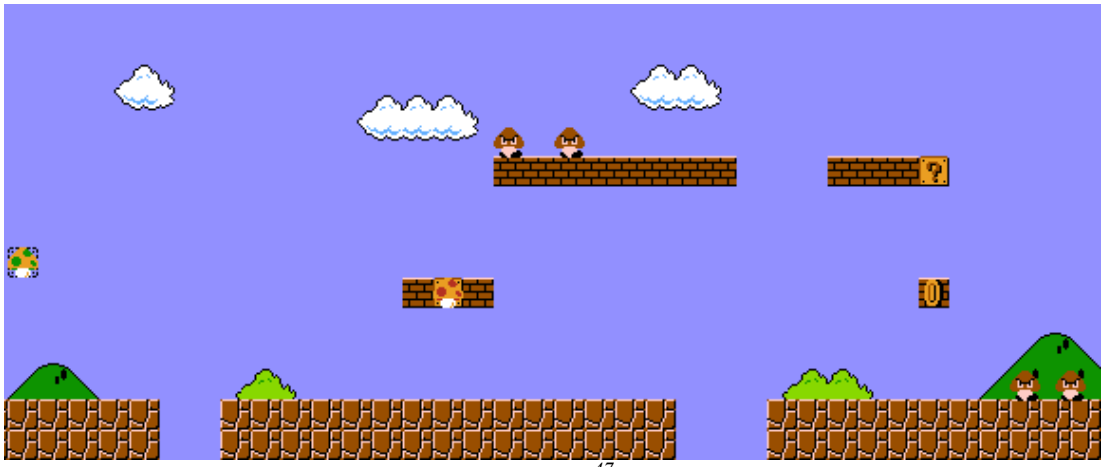
1895 yılında Lumière kardeşler tarafından icat edilen sinema, fotoğraf makinesini geliştirerek tartışmaları yeni bir boyuta taşımıştır. Başlangıçta görüntülerin ardışık ve hızlı şekilde oynatılmasıyla ortaya çıkan video, sinema olarak tanımlanmış; bu sektör, oyunculuk ve set yönetimi gibi pek çok mesleki alan yaratmıştır. Yazılı edebi eserlerin sinema perdesine aktarılması, sanatın dijitalleşmesine önemli bir örnek teşkil etmektedir. Edebiyat ve performans sanatlarının beyaz perdeye taşınması, Antik Yunan tiyatrosunun tarihsel gelişiminin günümüze yansımasıdır. Teknolojinin sürekli ilerlemesiyle sinema, küçülerek televizyona dönüşmüş ve evlerimize girmiştir.

Her haneye giren ve görüntü oynatan kutular, Sanayi Devrimi'nden bu yana artan ürün fazlalığını tüketiciye ulaştırmak üzere reklamlarla donatılmış; bu durum reklamcılık sektörünün dijital mecraya taşınması ve gelişmesine önemli bir katkı sağlamıştır. Günümüzde dijital platformlar ve sokaklarda karşılaştığımız reklam panolarının ekranlara dönüştürülmesiyle animasyonlu reklam filmleri yaygınlaşmıştır. Animasyonlu reklam filmlerinin yaratılmasında kullanılan grafik tablet ve bilgisayarlar, günümüzün kalem ve kağıdı olmuştur. Küçük ya da büyük ölçekli tüm cihazların ve makinelerin en büyük parçalarından en küçük detaylarına kadar üretimleri bu dijital araçlarla yapılmaktadır. Ayrıca, parça üretiminde kullanılan CNC makineleri bilgisayar hesaplamalarıyla belirlenen ölçü ve hatlar

doğrultusunda üretim yaparak, makinelerin dijitalleşmesine önemli katkıda bulunmuştur.

Dijital ekranlarda gerçekleştirilen sanat türlerine örnek olarak Pixel Art, kripto sanat ve bilgisayar oyunları verilebilir. Bunun yanı sıra algoritma ve yapay zeka destekli animasyonlar, görsel ve duygusal uyaranlara hitap eden özgün çalışmaları kapsamaktadır. 1980'lerden itibaren video oyunlarının gelişmesiyle ortaya çıkan ve onlarla birlikte ilerleyen Pixel Art, günümüzde hem nostaljik hem de estetik açıdan bilinçli bir sanat formu olarak kabul görmektedir. Başlangıçta kısıtlı alan ve düşük grafik kapasitesiyle (8-bit, 16-bit) sınırlı olan bu türde, renk kullanımı ve piksel konumlandırması son derece önemlidir. Sanat yapımının zemini, yani tuvali, kullanılan sistemin izin verdiği yapısal sınırlarla şekillenmektedir.

Pixel Art, birçok ilgi çeken eser ortaya koymuştur. Büyük ölçekli eserlerde pikseller tek tek renklendirilerek tonlama detaylarına dikkat edilmekte, işlem tamamlandığında görüntü büyütülerek bütün eser izleyiciye sunulmaktadır. Bu süreçte Dither tekniği yoğun şekilde kullanılmıştır. Dither, farklı renklerin birbirine yakın konumlandırılması yoluyla renk geçişleri ve ton algısını yaratmakta; piksel sınırlarının kısıtlı olduğu durumlarda renklerin doğru yerleştirilmesi, görüntünün küçültüldüğünde bile anlaşılır olmasını sağlamaktadır.



Görsel 17: *Super Mario Bros Pixel görüntüsü*[47]

Pixel sanatının kullanım alanı başlangıçta dijital ortamda, özellikle bilgisayar oyunlarında ortaya çıkmış olsa da günümüzde illüstrasyon, animasyon ve NFT eserlerinde yaygın şekilde tercih edilmektedir. Bilgisayar oyunlarında halen kullanılan pixel sanatı, büyük çaplı oyunlarda senaryo ve müzik tasarımlarıyla birleşerek popülerliğini ve tercih edilirliğini korumaktadır.

[47] Erişim tarihi: 20.02.2024-16:32
https://www.the-pixels.com/2018/01/09/super-mario-bros/

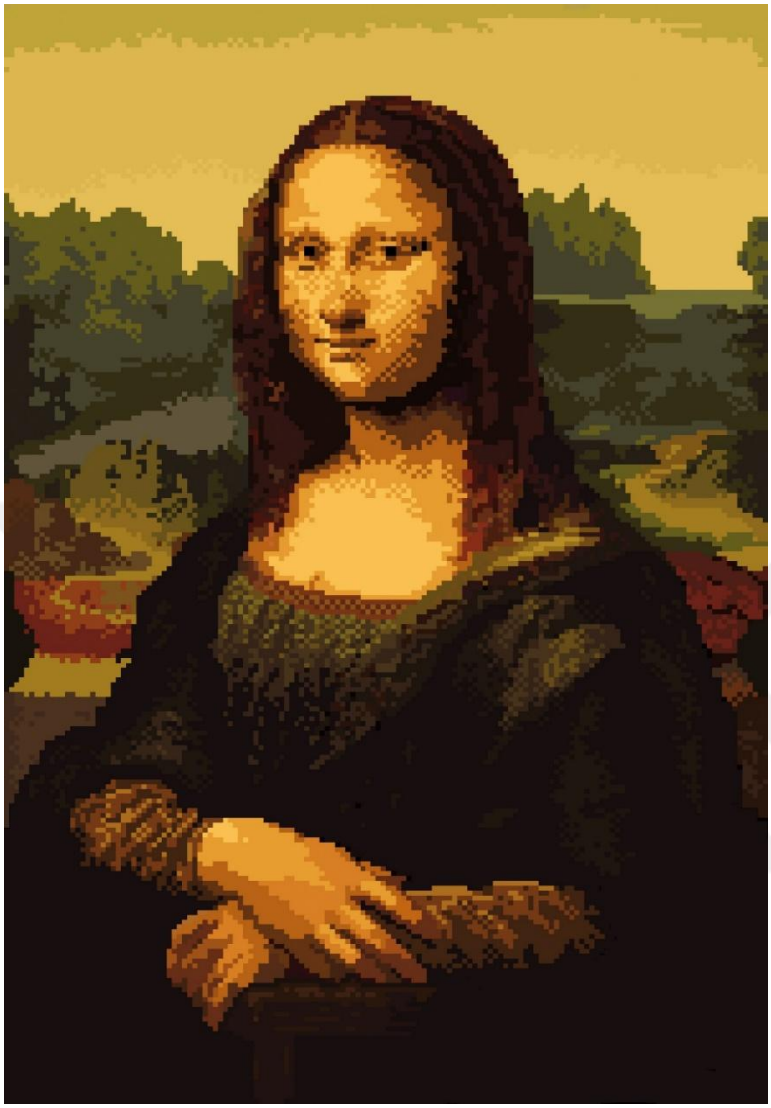


Görsel 18: Stardew Valley ekran görüntüsü[48]



Görsel 19: Stardew Valley tanıtım kapağı[49]

[48] Erişim tarihi: 02.04.2025-13:11
https://store.steampowered.com/app/413150/Stardew_Valley/
[49] Erişim tarihi: 02.04.2025-13:11
https://store.steampowered.com/app/413150/Stardew_Valley/



Görsel 20: Victor Belda tarafından Pixel sanatı olarak yapılmış Mona lisa. [50]

[50] Erişim tarihi: 02.04.2025-13:22
https://victorbeldaruiz.artstation.com/projects/R0dWW



Görsel 21: Landscape Pixelart. Phillipp A. Urlich[51]

5.5. Bilgisayar Oyunları

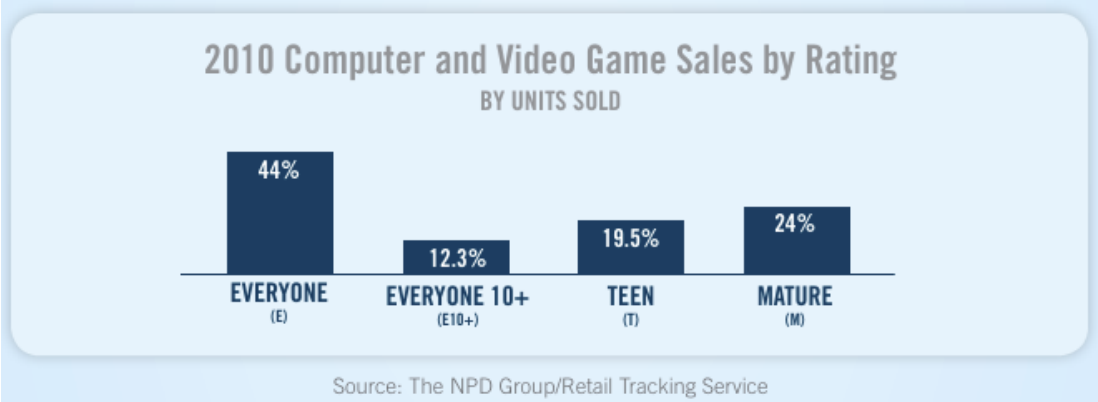
Bilgisayar oyunlarını değerlendirmek için bakış açımızı değiştirmemiz gerekmektedir. Zira bilgisayar içerisinde oynadığımız oyunlar sadece keyifli vakit geçirmek amacıyla kullandığımız araçlar değil, ünlü bir oyuncunun tiyatro performansı, bir virtüözün resitali ya da bir yönetmenin çektiği film gibi karakter modellemeleri, akıcı animasyonlar, etkileyici müzikler ve derin senaryolarla zenginleştirilmiş deneyimlerdir. Video oyunları, özellikle bilgisayar oyunları, genellikle milyonlarca dolarlık bütçelerle ve yüzlerce kişilik ekiplerle üretilmektedir. Büyük bütçeli oyunlarda, dünyaca tanınan yazarlar, müzik yapımcıları ve sanatçılar da projeye dahil olabilmektedir. Örneğin, Almanya'da Türk kardeşler tarafından kurulan "Crytek" firmasının "Crysis" serisinin ikinci oyununda müzik bestecisi olarak dünyaca ünlü Hans Zimmer görev yapmıştır.

[51] Erişim tarihi: 02.04.2025-13:31
https://www.artstation.com/artwork/zOWqld

Sektörün gelişmesiyle birlikte, oyunlar ve oyuncuların elde ettiği deneyimler de ilerlemiş; bilgisayar oyunları artık yalnızca ekran karşısında eğlence amaçlı zaman geçirme aracı olarak değil, yazılım aracılığıyla simülasyon yapabildiğimiz interaktif ortamlar olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, oyunların içeriği birden fazla prensibi bir araya getirerek disiplinlerarası sonuçlar sunmaktadır. Oyuncular, senaryo içinde kendilerine sunulan seçenekler arasından seçim yaparak hikayenin gidişatını etkileyebilmekte ve farklı sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Rol yapma oyunları (RYO) türünde oyuncular kendi ahlaki ve etik değerlerine göre karar vererek hikâyede aktif bir rol üstlenmekte ve kendilerini sanal dünyadaki karakterlerinin yerine koymaktadırlar. Bu açıdan, sahne sanatları perspektifinden bakıldığında, oyuncu adeta bir sinema ya da tiyatro yapımındaki ana karakter haline gelmekte ve senaryoyu bizzat yaşamaktadır.

Senaryolar, yıllar öncesinden yazılmış efsaneler, tarihî olaylar ya da belirli temalar etrafında şekillenen yeni olay örgüleri olabilmektedir. Oyuncular, bu senaryolar çerçevesinde; savaşta fedakârlık yapmaya çalışan bir asker, orduları yöneten bir kumandan, mafyaların hedefinde olup çevresindekileri korumaya çalışan sıradan bir birey, hastasını kurtarmaya çalışan gergin bir doktor ya da ekinlerinin hasadını bekleyen, pazar ve ekonomiyi yöneten bir çiftçi gibi karakterlerin yerine geçerek gerçek hayatta deneyimleyemedikleri hayatları veya merak ettikleri alanları sanal ortamda pratik olarak deneyimleyebilmektedirler. Bu dinamik ve geniş potansiyel, dijital dünyanın giderek büyümesi ve ekonominin dijitalleşmesine paralel olarak, oyun sektörüne yapılan yatırımların artmasına neden olmaktadır.

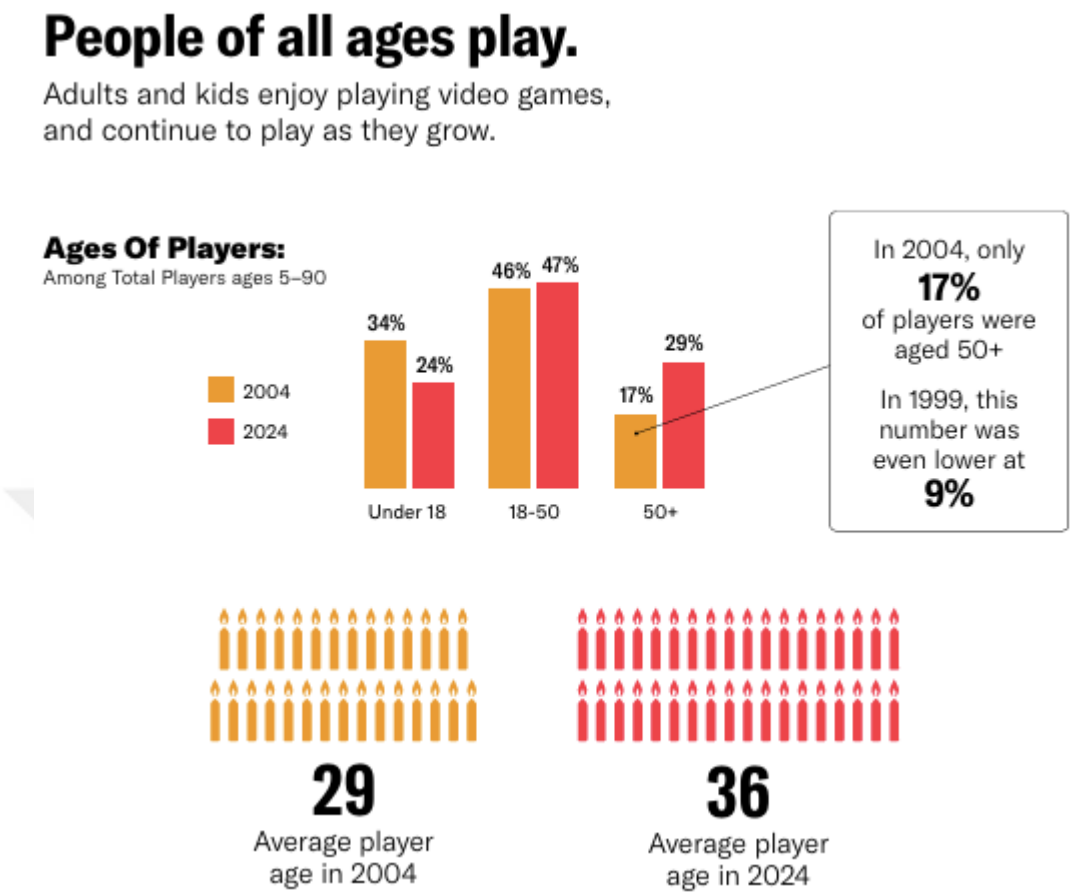
Oyun oynamayı 6-12 yaş aralığındaki çocukların ve 13-20 yaş arası bireylerin tercih ettiğini ve zaman ayırdığını düşünebiliriz fakat, yapılan araştırmada elde edilen verilere göre Amerika Birleşik Devletleri'nde 2010 verilerine göre oyun oynayanların %24'ünü yetişkinler oluşturmaktadır. Yetişkinlerin bir kısmı oyun oynamasalar bile çocuklarını oyun oynarken izlemekte ve herhangi bir oyunun bir kısmında ilgi çekici bir konu bulup o kısım hakkında sorular sormakta veya bir deneme hakkı istemektedir.



Görsel 22: ESA verisi[52]

2024 yılı verilerine göre Amerika Birleşik Devletleri'nde oyun oynayan yaş aralığı 5 ile 90 yaş arasında değişmektedir. Ülkede yaklaşık 190 milyon kişinin oyun oynadığı ve Amerikan nüfusunun %61'inin haftada en az bir saatini oyun oynamaya ayırdığı tespit edilmiştir. 2004 yılı verilerinde ortalama oyun oynama yaşı 29 iken 2024 yılında bu ortalama 36'ya yükselmiştir. Bu artışın temel sebebi, çocukluk döneminde oyun oynayan bireylerin yetişkinliklerinde de video ve bilgisayar oyunlarına devam etmesidir (Entertainment Software Association, 2024).

[52] Erişim tarihi: 12.04.2025-22:57
https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/2011-EF-FINAL.pdf

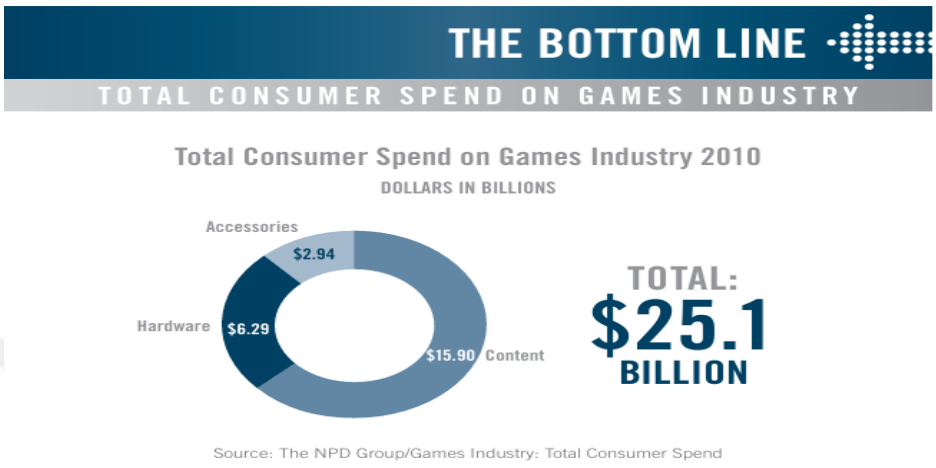


Görsel 23: ESA verisi[53]

Oyuncuların bilgisayar ve video oyunlarını tercih etmelerinin çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Oyunlar yalnızca eğlence amacıyla oynanmaz. Oyuncular tercihlerinde oyunların amaçlarına göre hareket etmektedir. En yüksek pay eğlenceye ait olsa da oyuncular uzaktaki aile ve arkadaşlarla ortak bir aktivite gerçekleştirmek, zihni açık tutmak, gerçeklikten kaçmak, diğer oyuncularla rekabet etmek veya onlarla iş birliği yaparak arkadaşlık kurmak ve başarı hissini tatmak gibi motivasyonlarla oyunlarını seçmektedirler. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda oyuncular,

[53] Erişim tarihi: 12.04.2025-23:17
https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/2011-EF-FINAL.pdf

hissettikleri duygular ve elde ettikleri başarılar temelinde oyun tercihlerinde bulunmaktadır.



Görsel 24: ESA verisi[54]

Bilgisayar oyunları, estetik görüntüleri, karakterlerin ifade biçimleri, duygu aktarımı ve senaryoların derinliği ile oyuncuların ilgisini ve bağlılığını sürdürebilmektedir. Görsel sanatlar alanında gerçekleştirilen grafik ve animasyonlar, belirli oyunlar içerisinde ikonik etkiler yaratmıştır.

2024 yılı Türkiye verilerine göre medya, reklamcılık ve oyun sektörünün %71,2'lik önemli bir kısmı dijital platformlardan oluşmaktadır. Televizyonun payı ise %21,7 seviyesindedir. 2023 yılındaki pazar payları ile karşılaştırıldığında dijital sektör %65,9'dan %71,2'ye yükselirken, televizyonun payı %26'dan %21,7'ye düşüş göstermiştir. Bu durum, dijitalleşmenin medya ve eğlence sektöründeki artan etkisini ve geleneksel medya kanallarının önem kaybını açıkça ortaya koymaktadır.

[54] Erişim tarihi: 11.04.2025-15:27
https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/2011-EF-FINAL.pdf

Kanal	Pazar Payı 2024	Pazar Payı 2023
Televizyon	%21,7	%26
Basın	%0,6	%0,9
Açık Hava	%4,8	%5,4
Radyo	%1,6	%1,6
Sinema	%0,1	%0,2
Dijital	%71,2	%65,9

Görsel 25: Türkiye Oyun Pazarı 2024 pazar payı tablosu[55]

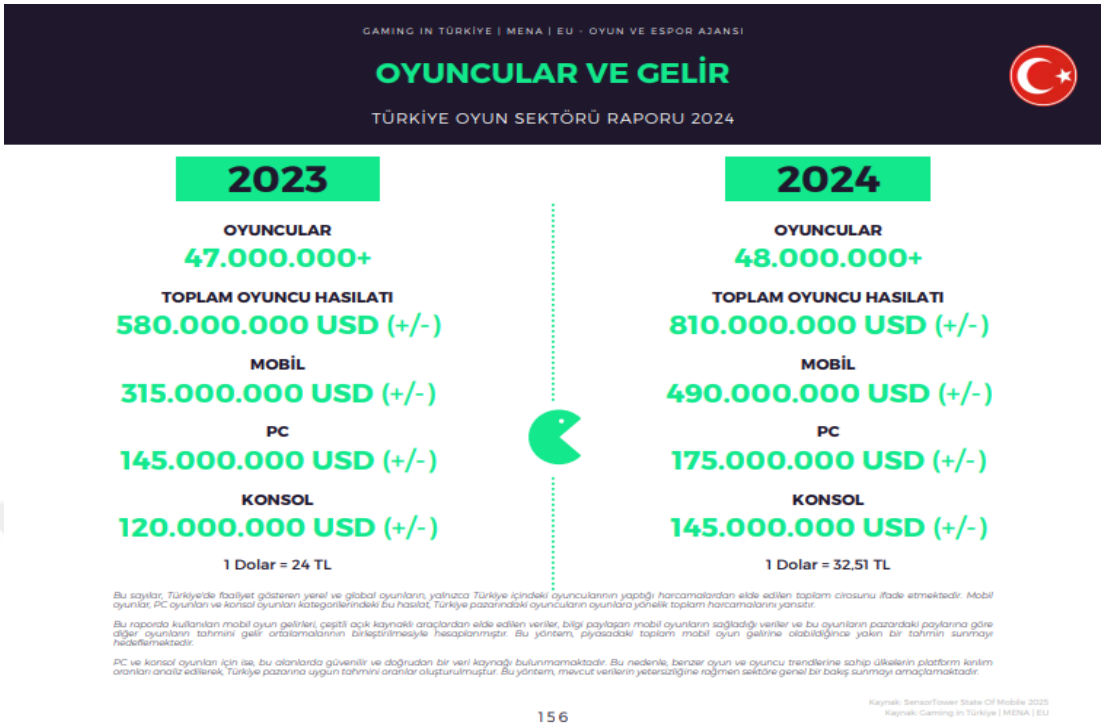
2023 yılında 93,25 Milyar Türk Lirası yatırım alan medya sektörü, 2024 yılında 111,78 Milyar Türk Lirası yatırım alarak artış göstermiştir.

Reklamcılar Derneği tarafından hazırlanan bu istatistik tahmini olmasına rağmen sektörün ne denli büyüdüğünü ve ana akım medyanın televizyondan dijitale geçtiğini bizlere göstermektedir. Oyun sektörüne geldiğimizde halihazırda büyük ve gelecek için ümit vaat eden bir yapı ile karşılaşmaktayız.

2023		2024	
Sektör Büyüklüğü (Dolar Bazında)	Döviz Kuru	Sektör Büyüklüğü (Dolar Bazında)	Döviz Kuru
580 Milyon USD	24 TL	810 Milyon USD	32.51 TL

[56]**Görsel 26:** Türkiye oyun sektörü istatistiği

[55] Erişim tarihi: 13.04.2025-22:43
https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2024.pdf
[56] Erişim tarihi: 13.04.2025-23:29
https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2024.pdf



Görsel 27: Türkiye oyun sektörü raporu gelir istatistiği[57]

Oyun ve E-spor Ajansı'nın verilerine göre 2023 yılında 47 milyon olan oyuncu sayısı 2024 yılında 1 milyon artış göstererek 48 milyona ulaşmıştır. Çeşitli platformlardan elde edilen gelirler de kayda değer bir artış göstermiş olup 2023'te toplam 580 milyon olarak tahmin edilen gelir, 2024 yılında yaklaşık 810 milyon seviyesine yükselmiştir. Mobil, konsol ve bilgisayar platformlarında her bir kullanıcı en az bir kez oyun içi alışveriş yapmış veya oyun lisansı satın almış, ayrıca 24 saat içinde belirli bir süreyi oyun oynayarak geçirdiğini sisteme yansıtmıştır.

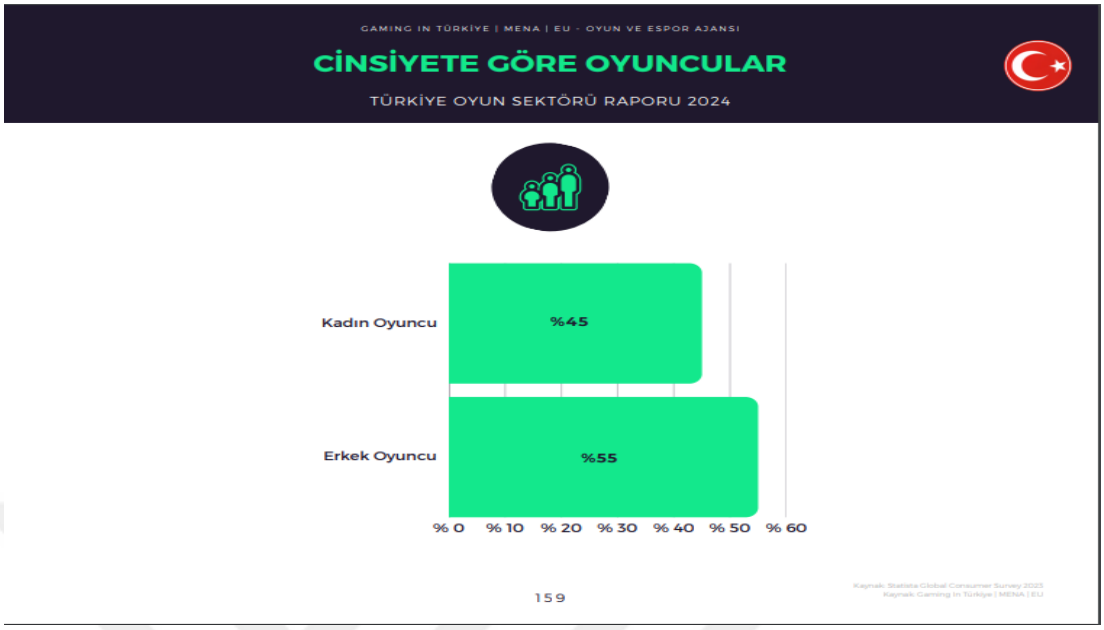
[57] Erişim tarihi: 14.04.2025-01:56
https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2024.pdf



Görsel 28: Türkiye oyun sektörü raporu yaş dağılımı istatistiği[58]

Güncel olarak 48 milyon civarı oyun oynayanların büyük bir kısmını 25-34 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Azımsanmayacak kadar bir kısmını da 45-65 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır.

[58] Erişim tarihi: 14.04.2025-01:56
https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2024.pdf



Görsel 29: Türkiye oyun sektörü raporu cinsiyet dağılımı istatistiği[59]

Oyun ve E-Spor Ajansı'nın verilerine göre Türkiye'de oyun oynayanların %55'ini erkekler, %45'ini ise kadın oyuncular oluşturmaktadır. Bu oran 48 milyonluk toplam oyuncu kitlesi temel alınarak değerlendirildiğinde kadın oyuncuların sayısı yaklaşık 21 milyon 600 bin, erkek oyuncuların sayısı ise yaklaşık 26 milyon 400 bin olarak dağılmaktadır. Türkiye'de büyük ve küçük ölçekli oyun geliştiricilerinin yanı sıra bireysel olarak oyun geliştiren birçok kişi de bulunmaktadır. En çok tanınan yerli firmalardan biri olan Tale Worlds Entertainment, 2008 yılında piyasaya sürdüğü *Mount & Blade* adlı oyunla büyük bir başarı elde etmiştir. Oyun, dünya çapında sevilmekte ve popülerliğini günümüzde de korumaktadır. Ayrıca, bu oyun dönemin en iyi bağımsız (indie) oyunlarından biri olarak ödül kazanmıştır. Oyunun geliştirme sürecinde, oyuncu ve karakter

[59] Erişim tarihi: 14.04.2025-02:08
https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2024.pdf

animasyonları için Motion Capture (mocap) yani hareket yakalama teknolojisi kullanılmış ve senaryoya uygun olarak gerçek kılıç ustalarıyla iş birliği yapılmıştır.



Görsel 30: Hareket yakalama sisteminin kullanılma anı[60]



Görsel 31: Journey Tanıtım Görseli[61]

Dikkat edilmesi gereken görsel sanat unsurlarından biri olarak *Journey*, çağdaş sanat formu kapsamında incelenebilecek önemli bir örnek teşkil etmektedir. Oyun tasarımında kullanılan renk paleti, altın rengi ve sıcak tonlar yolculuk

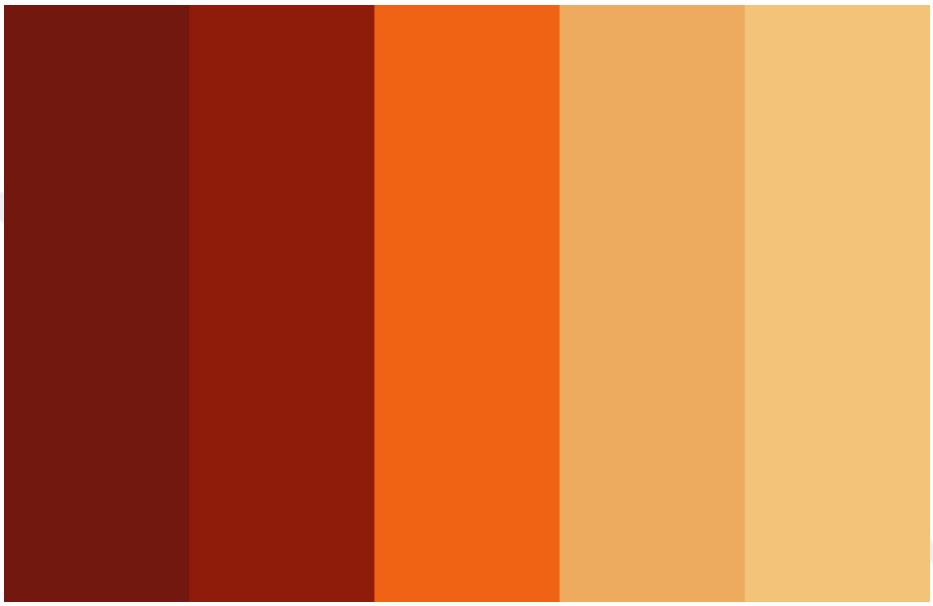
[60] Erişim tarihi:14.04.2025-01:34
https://www.bolumsonucanavari.com/ftpnewsdetails-53445
[61] Erişim tarihi: 13.04.2025-22:33
https://shared.fastly.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/638230/header.jpg?t=1729099361

esnasında oyuncunun umut ve merak duygularını etkili biçimde ifade etmektedir. Öte yandan yolculuk sırasında bölüm dizaynına göre çıkmaza giren oyuncunun karşısına çıkan soğuk renkler, artık çıkış yolunun olmadığını ve başarısızlığın getirdiği yalnızlığı çağrıştırmaktadır. Bu renklerin umutlu ve umutsuz anlarda kullanılması ve oyuncunun ruh halini değiştirmesi, Wassily Kandinsky'nin "renklerin ruh üzerindeki etkisi" kuramını akıllara getirmektedir (Kandinsky, 1977).

Kandinsky, bir tabloyu fiziksel izlenim ve ruhsal etkilenim olmak üzere ikiye ayırmaktadır. İlk bakışta görülen ve tuval boyunca devam eden çizgileri, fiziksel bir etki ve kısa süreli izlenim olarak değerlendirir. Bu izlenimin tatmin edici olmadığını savunur. Ona göre renkler, ruhu etkileyerek çizgilerden çok daha derin bir etkiye sahiptir ve böylelikle izleyicide tatmin hissi yaratmaktadır. Kandinsky'nin renk teorisinde iki karşıtlık üzerinde durulur: Sıcak ve Soğuk Renkler. Sarı renk, insanın enerjisi ve hayatla ilişkilendirilir. Kandinsky'ye göre sarı, güneşten gelen ışınlar gibi umut ve hayat doludur. Başak tarlalarının baş vermesi, doğanın ve toprağın hayatın alametlerini göstermesi olarak yorumlanır. Ancak sıcak renk olan sarıyı, dünyevi ve yüzeysel bir renk olarak değerlendirirken mavi rengin daha derin ve anlamlı bir sembol taşıdığını ifade eder. Yazısında Kandinsky'den şu ifadeler aktarılmıştır:

"Derin anlamın gücü mavidedir ve bu anlam, ilk olarak mavinin izleyiciden uzaklaşma, kendi merkezine dönme şeklindeki fiziksel hareketlerinde bulunur. Mavinin derinliğe olan eğilimi o kadar güçlüdür ki gölgesi derin olduğunda içsel çekiciliği daha da artar."

Kandinsky, sarıyı insanın içinden haykıran, dışa dönük duygularla betimlerken maviyi ise içe dönük bir insanın yalnızlığı ve yalnız olmanın soğukluğu ile simgelemiştir. Bu bağlamda sarı renk enerjik ve canlı duyguları temsil ederken mavi renk daha derin, sakin ve içsel bir yalnızlığı ifade etmektedir.



Görsel 32: Journey renk paleti[62]

Journey isimli oyun sarı tonlarını kullanarak renkler ve hikayesi ile umuda doğru ilerlememizi ve yeri geldiğinde ise umudumuzu kaybettiğimiz anları bizlere tecrübe ettirmektedir.

[62] Erişim tarihi: 13.04.2025-22:39
https://www.color-hex.com/color-palette/72209



Görsel 33: Journey renk paleti[63]

Oyun içerisinde kullanılan perspektif, oyuncunun odağını uzak mesafedeki antik yapılara ve mimari öğelere çekerek görsel bir yolculuk sunmaktadır. Klasik resim tarzını çağrıştıran sahne tasarımı, kompozisyonun rastgele oluşturulmadığını göstermektedir. Journey isimli oyunun diyalog içermemesi ve hareket halindeki müziklerle olaylara dikkat çekmesi, Richard Wagner'in "tüm sanatların sentezi" (Gesamtkunstwerk) düşüncesine benzemektedir. Gesamtkunstwerk, bütünlüklü sanat anlamına gelmekte olup müzik, drama, şiir ve sahnedeki her etkinin aynı düzlemde estetize edilerek muhteşem bir ahenk ve bütünlük oluşturacağını savunan bir yaklaşımdır (Bruns & Hermann Meyer, 2012).

Journey, bilgisayar oyunları ile görsel sanatlar arasında kurduğu bağlantılarla incelenebilecek önemli bir örnektir. Sanat kuramları perspektifinden

[63] Erişim tarihi: 13.04.2025-22:49
https://www.reddit.com/r/JourneyPS3/comments/jxb7ri/journey_colors_breakdown/

değerlendirildiğinde çağdaş dijital sanatın temelinde yer alan ve kuramsal açıdan anlamlandırılabilecek bir eser niteliğindedir.

Bizi yönlendiren, heyecanımızı, korkumuzu, dinlenmemizi ve neşemizi belirleyen müzik, opera, sinema ve tiyatro gibi performans sanatlarında ruhu yükselten tonlarla izleyiciyi senaryoya dahil eder. Müzikler, anlatı ile senkronize olduğunda olayın duygusal derinliğini güçlendirir ve anlamlandırmayı kolaylaştırır. Örneğin, bir korku filminde gerilim müziği devreye girdiğinde korku etkisi artar, bu müzik sahne başlamadan izleyiciyi uyarır, gerilim atmosferini oluşturur ve sahnedeki patlamada kalp atışlarının hızlanmasına sebep olur.

Ruhun gıdası olarak nitelendirilen müzik, antik zamanlarda da insanların iyileşmesinde yardımcı bir araç olarak kullanılmıştır. Psikolojik olarak sakinleşmemizi ve dingin bir ruh haline geçmemizi sağlayan müziğin, Pergamon (Bergama/İzmir) Asklepeionu'nda da kullanıldığı bilinmektedir. Hastalar, tünellerin içerisinden geçerken söylenen hymnoslar ve enstrüman eşliğindeki ritüellerle kutsal bir atmosfer yaratılmış, böylece psikolojik hastaların krizlerinin hafiflediği ve fiziki acıların dindiği düşünülmüştür (Çelik, 2018).

The Last of Us isimli bilgisayar oyununda kullanılan müzikler, ses kullanımı dalında BAFTA ödülü almıştır. Müziklerin yapımcısı Gustavo Santaolalla'dır. Post-apokaliptik bir dünyada geçen The Last of Us, basit akustik gitar ve boğuk yaylı çalgılarla atmosfer yaratmıştır. Bu sayede her an bir yerlerden tehlike çıkabilecek havası ve duygusal kesişimler derinleştirilmiştir. Sinematik sahnelerde kullanılan duygusal müzikler, karakterlerin duygularını bizlere

aktarırken aynı anda yaşadıkları içsel çatışmaları, alabilecekleri kararları ve durumlara verebilecekleri tepkileri kestirmemizi sağlamaktadır.

Müziğin kullanım alanının önemi yadsınamaz bir gerçek olmakla birlikte duygusal sahnelerde bazen müzik yerine sessizlik tercih edilmesi de etkileyici sonuçlar doğurabilmektedir. Sessizliğin ve karakterlerin haykırışlarının ortaya koyduğu feryat ya da bağırmak isteyip de bağıramaması, anlamı derinleştiren sahnelerdendir. Oyunun açılış sahnesinde çocuğunu trajik bir biçimde kaybeden Joel'in tepkisi ve sahnedeki müzik kullanımının tercih edilmemesi buna iyi bir örnektir. Bu tür dramatik etkiler, oyuncunun karakter gelişimini daha yoğun hissetmesini sağlarken empati kurulmasını da kolaylaştırmaktadır.

The Last of Us oyunu için ayrıca belirtmek gerekir ki günümüze kadar sinema filmlerinde genellikle tarihî romanlar, olaylar ya da antik anlatılar senaryo konusu seçilirken 2013 yılında çıkış yapan ve birçok ödül alan bu bilgisayar oyununun senaryosu dizi sektöründe tercih edilmiştir. Bu durum, bilgisayar oyunlarının senaryolarının göz ardı edilemeyecek derecede titizlikle hazırlandığını ve diğer sektörler için de önemli fırsatlar yarattığını göstermektedir.

Edebiyat açısından konuya bakıldığında 2000'li yılların başlarından itibaren yazılan oyun senaryolarının derinliği artmış, yenilikçi fikirlerle interaktif hikayeler geliştirilmiş ve oyuncuların senaryo üzerinde seçim yaparak hikâyeye aktif katılım sağlaması mümkün hale gelmiştir. İnteraktif hikayeler sayesinde oyuncu, diyalogları ilgiyle takip ederken yaptığı seçimin hikâyenin gidişatını ve sonucunu değiştirdiğinin farkında olarak daha dikkatli ve bilinçli kararlar vermektedir.

The Witcher 3 isimli oyun, senaryosunda bu interaktif seçimleri kullanarak oyuncuyu fantastik dünyasının içine almaktadır.



Görsel 34: Witcher 3 diyalog seçim görseli[64]

Heavy Rain isimli oyuna bakıldığında tek bir karakterin yaşadıkları anlatılmak yerine dört farklı karakterin aynı hikâye etrafında karşılaştığı ve oyuncunun bu karakterlerle seçimler yaparak ilerlediği bir yapı kullanıldığı görülmektedir. Bu yaklaşım, oyuncunun karakterlerle derin duygusal bağ ve empati kurmasını sağlar; aynı olayı farklı bakış açılarından değerlendirmelerine olanak tanır. Böylece oyuncu, hikâyeye pasif bir gözlemci değil, aktif bir kurucu olarak katılmaktadır. Bu anlatım biçimi, senaryoyu sonsuz olasılıklarla zenginleştirerek oyuncuların yazılmamış alternatif senaryoları hayal etmesine ve "Eğer farklı olsaydı?" sorusunu sormasına olanak tanımaktadır.

---

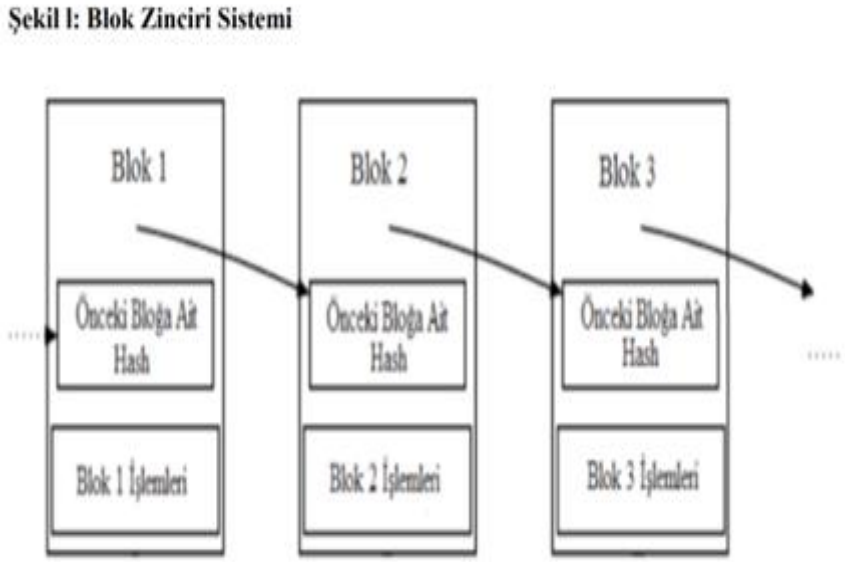
[64] Erişim tarihi: 18.04.2025-00:11
https://interfaceingame.com/screenshots/the-witcher-3-wild-hunt-select-dialogue/

Bilgisayar oyunlarında yaygın olarak kullanılan anlatı türleri; lineer anlatı, çoklu seçenekli anlatı, çevresel anlatı ve sessiz anlatıdır. Lineer anlatı, olayların belirli ve kademeli şekilde aktarıldığı, tek bir doğrultuda ilerleyen senaryolardır The Last of Us buna iyi bir örnektir. Çoklu seçenekli anlatıda oyuncu, vicdanı ve mantığıyla karar verdiği seçeneklerle hikâyenin gidişatını ve finalini etkiler; The Witcher 3 bu anlatı türüne örnek verilebilir (Şener & Keleş, 2020). Çevresel anlatı ise mekân ve nesnelerin hikâye anlatımına dâhil edilerek yazılı metinlerin görsel anlatımla tamamlandığı yapıdır. Bu tür Journey oyununda gözlemlenebilir. Sessiz anlatıda ise diyaloglar değil; bölümün tasarımı, atmosferi, perspektifteki mimari öğeler ve ışıklandırma gibi unsurlar ön plandadır. Journey bu türün de örneği olarak gösterilebilir. Bu anlatım biçimleri, Henry Jenkins'in "katılımcı kültür" kuramını akla getirmektedir. Katılımcı kültür, bireylerin medya araçları vasıtasıyla ortak bir paydada buluşup etkileşim halinde olmalarıdır. Belirli uzmanlığa sahip içerik üreticileri bilgi ve tecrübelerini işitsel, görsel veya metin yoluyla paylaşmakta; izleyenlere yol göstermekte ve onların yorumlarına cevap vererek sosyal bağ kurmaktadır. Böylece kullanıcılar kendilerini bir topluluğun parçası olarak hissetmektedirler (Uyanık, 2023). Mevcut örnekler ve tarihsel anlatı sanatları göz önünde bulundurulduğunda dijital oyun senaryolarının klasik hikâye anlatımını dönüştürerek oyuncuyu metnin aktif bir parçası haline getirdiği ve bu yönüyle edebi açıdan incelenmeye değer bir anlatı biçimi sunduğu görülmektedir.

5.6. Blockchain Teknolojisi

Blokchain teknolojisi, Türkçesiyle blokzincir, internet üzerindeki verilerin dağıtık ve şifrelenmiş bir yapıda tutulmasını sağlayan, değiştirilemeyen bir kayıt defteri olarak işlev gören dijital transfer teknolojisidir (ŞENKARDEŞ, 2022). Bu teknolojinin ve ona bağlı ekonomik ile sanatsal varlıkların tanıtımı, ilk kez 2008 yılında "Satoshi Nakamoto" takma adıyla yayımlanan "A Peer-to-Peer Electronic Cash System" adlı makalede ortaya konmuştur. Makalede bahsedilen "Bitcoin", merkez bankaları ve hükümetlerden bağımsız, denetimsiz bir alternatif ödeme aracı olarak tasarlanmıştır. Dünya Ekonomik Forumu, blokzinciri, aracı bir kişi veya kuruma ihtiyaç duymadan doğrudan alışveriş yapılabilmesini sağlayan bir yazılım olarak tanımlamaktadır (World Economic Forum, 2021).

Bu yeni teknoloji, internet üzerindeki varlıkların gerçek sahiplerinin başka paydaşlar tarafından emeksizce sahiplenilmesini engelleyen, varlıkların gerçek sahiplerinin kendileri olduğu neo-liberal bir sistem olarak değerlendirilmektedir. Blokzincir teknolojisinin popülerliği, merkeziyetsizlik ve veri güvenliği gibi alanlarda sunduğu avantajlardan kaynaklanmaktadır. Blokzincir ismini oluşturduğu yapıdan almaktadır. Veriler başlangıçta bir blokta depolanır; ardından yeni veriler takip eden bloğa aktarılır ve yeni blok, kendinden önceki bloğun verisini de içerecek şekilde sıralı bir zincir oluşturur. Böylece veri blokları birbirine bağlı, değiştirilemez ve kronolojik bir yapıda kayıt altına alınmış olur.



Görsel 35: Blokzincir görsel anlatımı[65]

Blokzincir teknolojileri, kendi ekosistemlerini oluşturmuş ve hem bilinen dünya ekonomisinde hem de kendi borsaları, sanat piyasaları ve güvenlik araçları aracılığıyla aktif şekilde kullanılmaktadır. Uluslararası para transferlerinde hız ve maliyet avantajları sağlayan blokzincire dayalı kripto paralar, ticarette önemli bir paya sahip olup, dünya borsalarını da etkileyebilmektedir.

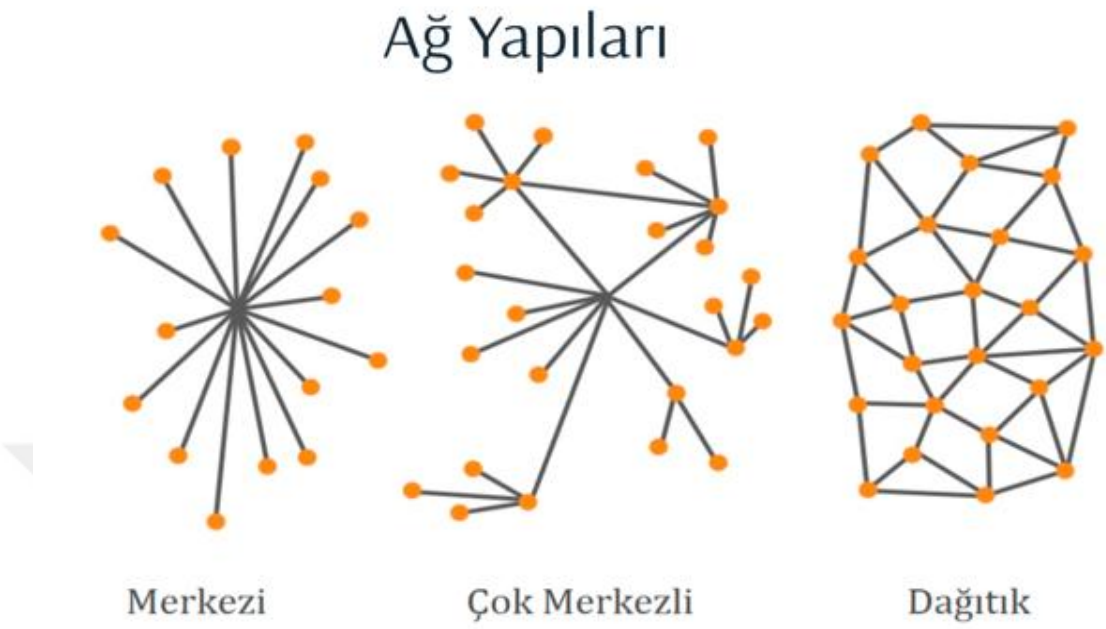
Ripple, 2012 yılında ABD merkezli "Ripple Labs" tarafından geliştirilen bir para transferi ve ödeme sistemidir. Klasik para birimleri gibi kripto para işlemlerini destekleyen Ripple, blokzincir teknolojisi sayesinde küresel para transferleri ve ödeme işlemlerinde etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Ayrıca sağlık sektörü gibi kişisel verilerin toplanmasının zorunlu olduğu alanlarda da blokzincir tabanlı veri defterleri oluşturulmaktadır. Bu sistemlerin temel amacı, verilerin değiştirilemez

[65] Erişim tarihi: 24.04.2025-22:32
https://datakapital.com/blog/kripto-paralari-teorik-olarak-kavramak/

şekilde saklanması ve güvenli bir biçimde transfer edilmesidir. Bu durum, blokzincirin merkeziyetsizliğinin kullanımını artırmaktadır.

Kripto borsaları, dağıtımcı araçlar ve aracı kurumlar devletlerin kara para aklamayı önleme (AML) mevzuatlarına tabidir. Bu düzenlemeler, suç gelirlerinin finansal sistem içinde gizlenmesini engellemeye yöneliktir. İnternette bıraktığı izler sayesinde, kara para şebekelerine ait zincir ağlarının gelirlerinin kaynağı, zamanı ve aktarım şekli kolaylıkla tespit edilebilmektedir. Ayrıca blokzincirin yapısı gereği, her kullanıcıya dağıtılan ve herkesin erişebildiği bir zincir ağı olması güvenliği artırmakta, elimizdeki kağıt paralardan daha tercih edilir kılmaktadır.

Merkezi olmayan bu sistem, kendi merkezini içermeyip internet üzerindeki ağlar, cüzdanlar ve veri depolama sunucuları arasında kaydı dağıtarak oluşturur. Bu nedenle zincir kopyalarından birinde yapılacak herhangi bir değişiklik, diğer kopyalar tarafından uyumsuz olarak algılanır ve fark edilir. Böylece veri bütünlüğü ve sistem güvenliği sağlanmaktadır.



Görsel 36: Sistem yapı görseli[66]

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, kripto varlık geliştirme çalışmaları kapsamında ASELSAN, HAVELSAN ve TÜBİTAK-BİLGEM gibi önemli kuruluşlarla iş birliği yaparak blokzincir tabanlı bir varlık oluşturma sürecinde araştırma ve geliştirme faaliyetleri yürütmüştür. Bu çalışmaların ilk aşaması olan Faz 1 tamamlanmış ve araştırmanın daha geniş kapsamda ilerlemesi için ilgili kurumlar arasında mutabakat sağlanarak "Dijital Türk Lirası İş Birliği Platformu" oluşturulmuştur (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, 2021).

Mahremiyet duygusu, insanlık tarihi boyunca varlığını her alanda hissettirmiştir. Bireyler kişisel bilgilerini, anılarını ve verilerini korumak için çeşitli gizleme teknikleri geliştirmiştir. Özellikle askerî alanda, bilgi güvenliği ihtiyacı

[66] Erişim tarihi: 25.04.2025-01:20
https://tr.linkedin.com/pulse/blokzincir-ve-ötesi-dağıtık-kayıt-teknolojisi-dkt-faruk-şen

şifreleme yöntemlerinin geliştirilmesini tetiklemiş ve bu durum, birçok sektörün büyümesine ve insanlık medeniyetinin bir sonraki evreye geçişine zemin hazırlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında Almanya'nın kullandığı Enigma makinesi, kritik askerî bilgilerin şifrelenmesini sağlamış, ancak müttefik güçlerin bu algoritmayı çözmesi savaşın süresinin yaklaşık iki yıl kısalmasına neden olmuştur. Sivil alanda da farklı Enigma modelleri kullanılmış olup "Wehrmacht Enigma" modeli Alman ordusunun özel savaş uygulamalarında kullanılmıştır.

Blokzincir teknolojisi, bu tarihsel bağlamda bilgi güvenliği ve şifreleme alanında yaşanan gelişmelerin bir devamı olarak değerlendirilebilir. Günümüzde blokzincir, sanat, endüstri, finans, sağlık ve savunma gibi pek çok sektörde dönüşümü mümkün kılan disiplinler arası bir teknoloji olarak öne çıkmaktadır. Bu yönüyle, hem teknolojik hem de toplumsal açıdan kritik bir kavram olarak kabul görmektedir.

5.7. NFT

NFT (Non-Fungible Token), Türkçesiyle "Nitelikli Fikri Tapu", blokzincir teknolojisinin sanat alanında giderek yaygınlaşan ve 2017 yılından itibaren kullanılmaya başlanan, 2020 yılından sonra ise global ölçekte popülerlik kazanan bir dijital sanat formudur. Endüstri 4.0 ile birlikte çalışma alanlarının dijital dönüşümü hız kazanmış ve bu süreçte blokzincir teknolojisi ortaya çıkmış, ardından NFT kavramı gündeme gelmiştir. NFT, sanat eserlerinin telif haklarının korunmasında devrim niteliğinde bir sistem sunarak sanatçıyı kapsamlı biçimde korumaktadır. Satılan eserler sanatçı ile ilişkisinin kopmaması esasına dayanmakta;

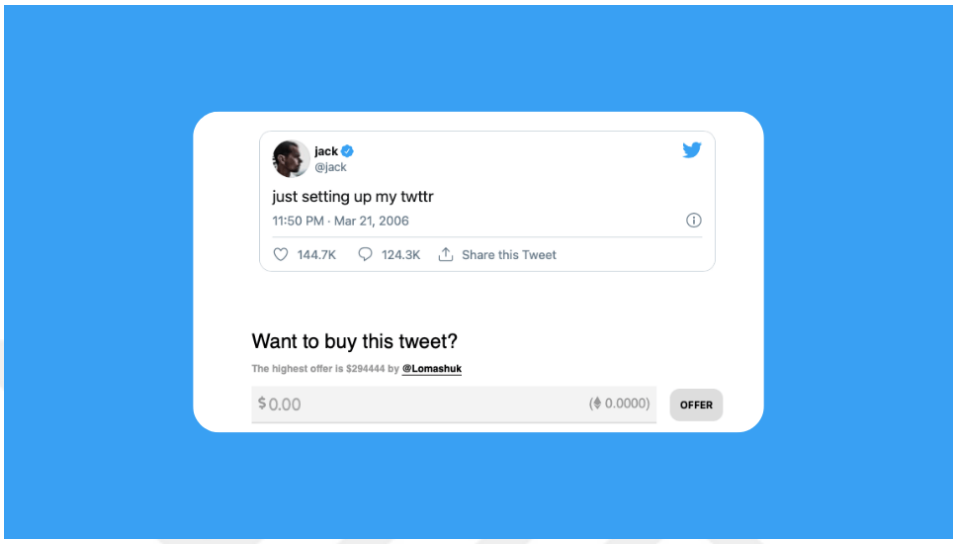
eseri satın alan kişi, eseri başka birine sattığında gerçekleşen satıştan otomatik olarak %10 oranında telif hakkı sanatçıya ödenmektedir.

Dijital olarak yaratılan bu eserler, blokzincir algoritmaları tarafından şifrelenmekte ve böylece sanatçının kimliği ile eserin çıkış noktası doğrulanabilmektedir. NFT'nin temel özelliği, dijital eserin kendine özgü olmasını sağlamak ve kopyalanmasını önlemektir; yani dijital eser bölünüp çoğaltılamaz, eşsizdir.

NFT'ler, Ethereum blokzincirinin altyapısında oluşturulmaktadır. Ethereum, 27 Kasım 2013'te kripto para araştırmacısı ve yazılımcısı Vitalik Buterin ve ekibi tarafından geliştirilmiş, 30 Temmuz 2015'te "Genesis" adlı ilk blokla resmi olarak üretime geçmiştir. Ethereum, merkezi olmayan dağıtık bir yapı olarak kriptografik bir defter işlevi görmektedir. NFT'lerin yaratılması, Ethereum'un ERC-721 protokolü temelinde gerçekleşir. ERC-721, blokzincirde akıllı sözleşmeler aracılığıyla benzersiz tokenlar oluşturulmasına imkan veren bir Ethereum jetonudur. Açılımı "Ethereum Request for Comments" olup benzersiz tokenlar için standart bir protokoldür. Bu protokol sayesinde NFT'ler takas edilemez, benzersiz ve özgün varlıklar olarak işlev görür.

Kullanıcıların cüzdanlarındaki 1 Bitcoin veya 1 Ethereum gibi kripto paralar diğer kullanıcıların kripto paraları ile takas edilebilirken, NFT'lerin takası mümkün değildir. Bir NFT'ye sahip olmak için Ethereum üzerinden ilgili bedelin ödenmesi gerekmektedir. Bu yapısıyla NFT'lerin kopyalanması da engellenmiştir. NFT'ye dönüştürülebilecek varlıklar çok çeşitlidir; örneğin Twitter CEO'su Jack Dorsey,

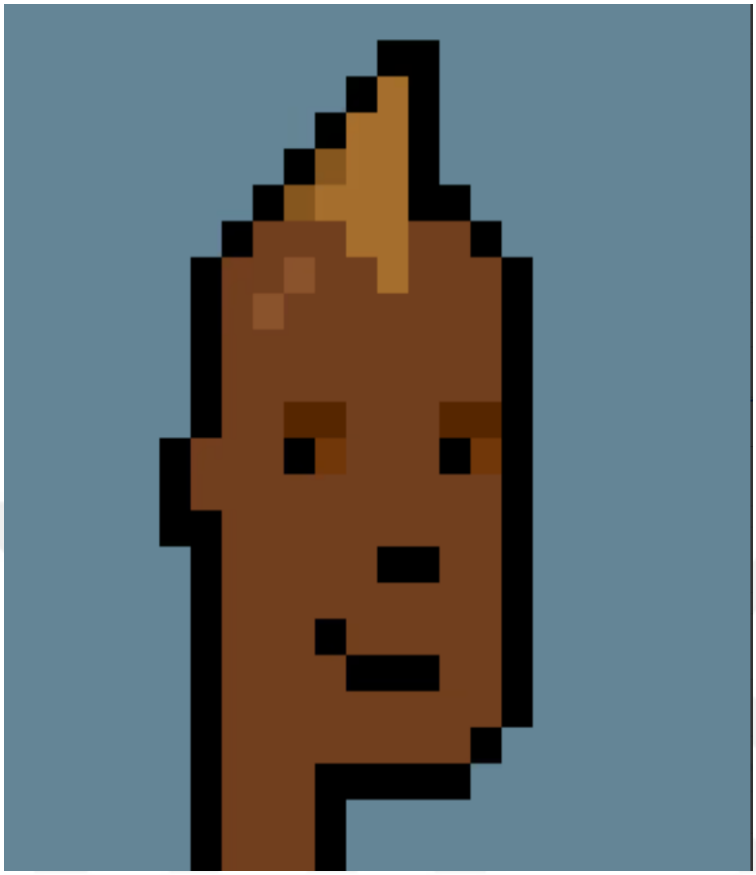
attığı ilk tweet'i NFT olarak dijitalleştirip 2,9 milyon dolara satmıştır (Şenkardeş, 2022).



Görsel 37: Jack Dorsey'in Twiti[67]

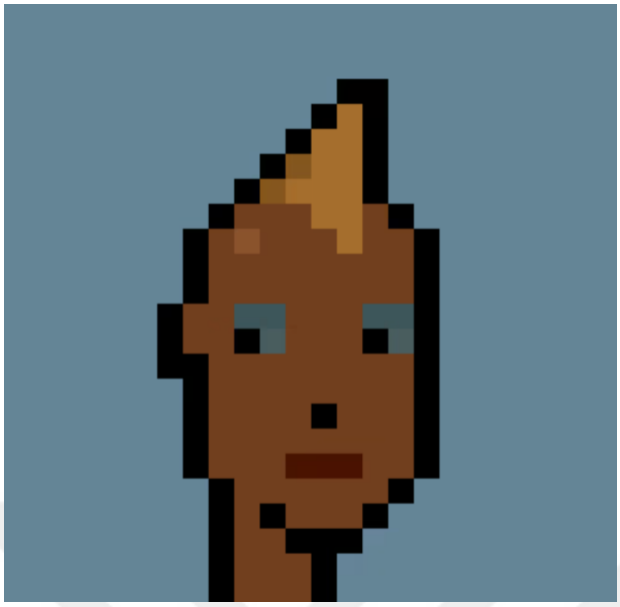
Grafik sanatının ön plana çıktığı NFT sektörü, birçok sanatçının Ethereum tabanlı piyasalara giriş yapmasını sağlayarak sektöre canlılık kazandırmıştır. Opensea, Rarible, Nifty Gateway, DappRadar, Magic Eden, Castle, Floor, Hyperspace, X2Y2, Exchange Art gibi birçok dijital pazarın açılmasıyla NFT ticareti hızla büyümüştür. 2024 yılı verilerine göre NFT pazarının hacmi 36,23 milyar dolara ulaşmış olup, bu rakamın önümüzdeki yıllarda 703,47 milyar dolara kadar çıkacağı tahmin edilmektedir (Precedence Research, 2025). Örnek olarak, NFT koleksiyonlarından biri olan CryptoPunk'ın 3.210 sahibi toplamda 356 milyon dolarlık işlem hacmine ulaşmıştır (Şenkardeş, 2022).

[67] Erişim tarihi: 27.04.2025-00:08 https://webrazzi.com/2021/03/23/jack-dorsey-nin-ilk-tweeti-nft-olarak-2-9-milyon-dolara-satildi/

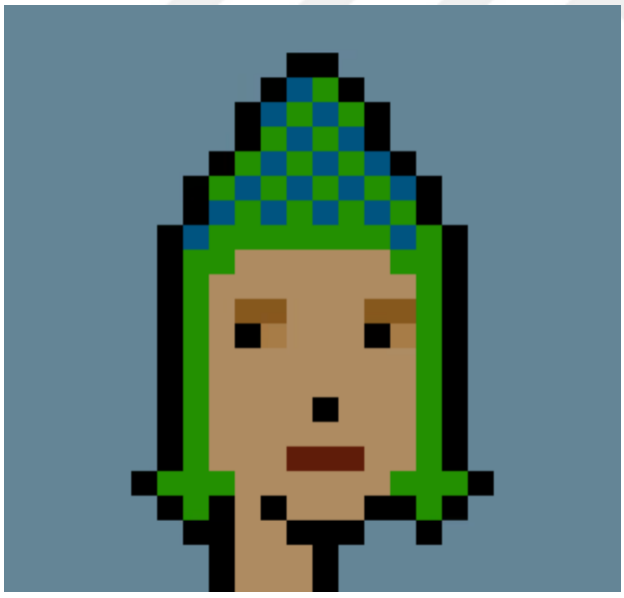


Görsel 38: CryptoPunk #1[68]

[68] Erişim tarihi: 27.04.2025-00:37
https://opensea.io/assets/ethereum/0xb47e3cd837ddf8e4c57f05d70ab865de6e193bbb/1



Görsel 39: CryptoPunk #10[69]

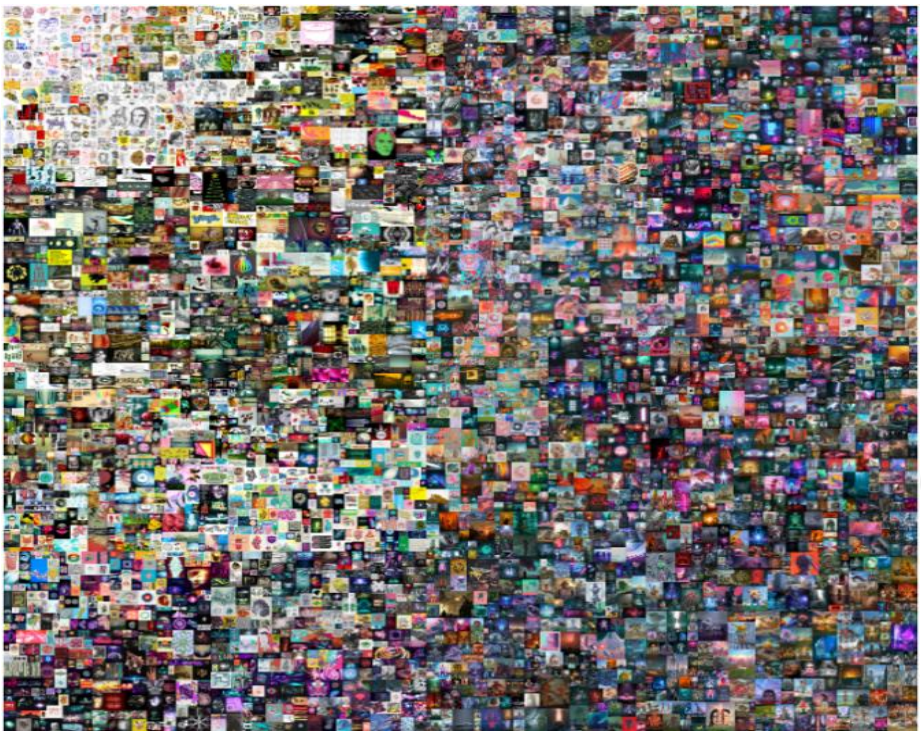


Görsel 40: CryptoPunk #100[70]

[69] Erişim tarihi: 27.04.2025-00:39
https://opensea.io/assets/ethereum/0xb47e3cd837ddf8e4c57f05d70ab865de6e193bbb/10

[70] erişim tarihi: 27.04.2025-00:41
https://opensea.io/assets/ethereum/0xb47e3cd837ddf8e4c57f05d70ab865de6e193bbb/100

Bu NFT'ler arasında en çok ses getiren eser 'Everydays' adı verilen eserdir. Mike WİNKELMANN (takma adı Beeple) tarafından yapılan bu eser içerisinde onlarca farklı resim bulunmaktadır. Bunlar illüstrasyon, çizim, eskizler içeren bir kolaj çalışmasıdır. Eser 69.300.000 $ (altmış dokuz milyon üç yüz bin) dolara satılmıştır.



Görsel 41: Everydays[71]

42,329 Ethereum tutarındaki bir NFT eseri, 11 Mart 2021 tarihinde yaklaşık 69 milyon dolar değerindeyken günümüzde değeri 77 milyon dolara yükselmiştir. NFT sanatçılarının arasında Türk sanatçılar da yer almakta olup bu alanda ulusal ve uluslararası platformda tanınan isimlerden biri Refik Anadol'dur. Anadol, İstanbul Bilgi Üniversitesinde fotoğraf ve video eğitimi aldıktan sonra Görsel Sanatlar,

[71] Erişim tarihi: 27.04.2025-00:50
https://www.beeple-crap.com/viewing

Görsel İletişim Tasarımı ve Medya Sanatları Tasarımı alanlarında yüksek lisans yapmıştır. Ayrıca Kaliforniya Üniversitesi Medya Sanatları Okulu'nda ziyaretçi araştırmacı olarak görev yapmıştır. Yapay zekâ ve dijital sanatların gelişimine önemli katkılar sağlamış, 3D çalışmalarıyla birçok prestijli mekânda sergiler açmıştır (Vikipedi, 2021).

Refik Anadol eserlerini oluştururken veriler ile anılar arasında bir bağ kurmakta, gün batımı manzarası, kalabalık bir caddenin gürültüsü, rüzgarın kokusu gibi unsurları "sanatın herkes için, her kültür için, her ülke için evrensel bir dil olan matematik gibi anlaşılır olması gerektiği" görüşüyle duygusallaştırmakta ve yazılımı yaratıcı bir araç olarak kullanmaktadır (Şenkardeş, 2022). Anadol, 19 Mart–26 Nisan tarihleri arasında İstanbul Pilevneli Galerisi'nde "Makine Hatıraları: Uzay" adlı sergisiyle NASA ve JPL tarafından halka açılan uzay verilerini kullanmıştır. Ekibiyle birlikte, ISS, Hubble ve MRO uzay teleskoplarından elde edilen 2 milyondan fazla görüntüyü algoritmalar aracılığıyla işleyerek etkileyici görsel oluşumlar yaratmıştır. Anadol, bu eserlerle "uzayla ilgili sürükleyici rüyalar gören bir makinenin zihin görüntüsünü" ifade etmeyi amaçladığını belirtmiştir (Şenkardeş, 2022).



Görsel 42: AI Data Sculpture: ISS, Hubble, MRO[72]



Görsel 43: Machine Hallucinations: ISS Dreams- A[73]

[72] Erişim tarihi: 27.04.2025-21:57
https://www.pilevneli.com/tr/exhibitions/38/works/image_standalone2676/

[73] Erişim tarihi: 27.04.2025-21:59
https://www.pilevneli.com/tr/exhibitions/38/works/image_standalone2674/



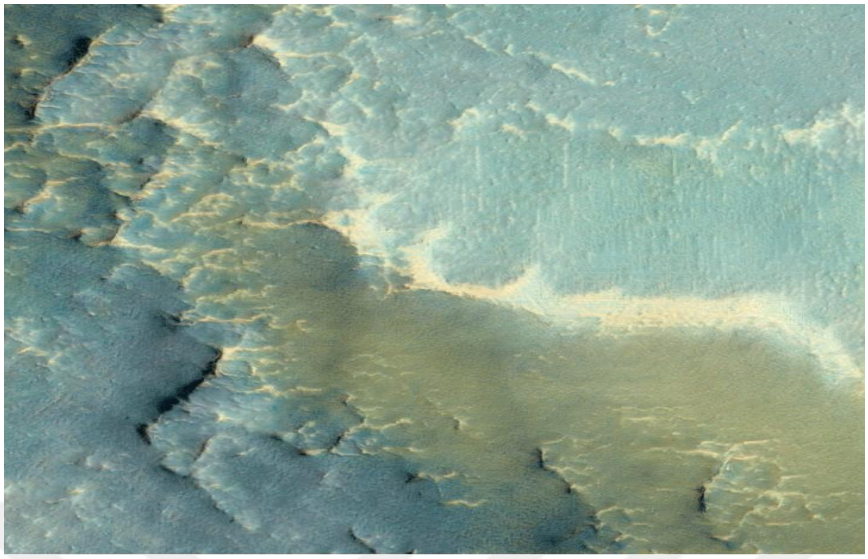
Görsel 44: Machine Hallucinations: ISS Dreams -C[74]

[74] Erişim tarihi: 27.04.2025-22:01
https://www.pilevneli.com/tr/exhibitions/38/works/image_standalone2672/

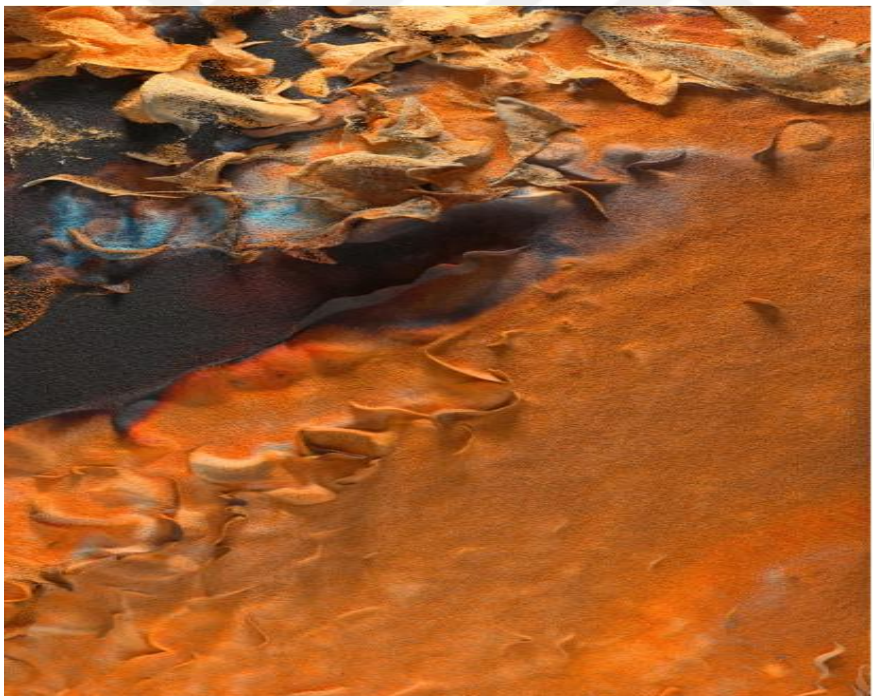


Görsel 45: Machine Hallucinations: Synthetic Landscapes: Mars[75]

[75] Erişim tarihi: 27.04.2025-22:03
https://www.pilevneli.com/tr/exhibitions/38/works/image_standalone2679/



Görsel 46: Machine Hallucinations: Synthetic Landscapes: Mars[76]



Görsel 47: Machine Hallucinations: MRO Dreams -C[77]

[76] Erişim tarihi: 27.04.2025-22:04
https://www.pilevneli.com/tr/exhibitions/38/works/image_standalone2675/

[77] Erişim tarihi: 27.04.2025-22:05
https://www.pilevneli.com/tr/exhibitions/38/works/image_standalone2669/

Anadol, bu eserler ile birlikte verilerin sanat eserine dönüştürülüp hem insan eli hem yapay zekâ ile yorumlanmasını sağlamıştır. Vermek istediği mesajın yanı sıra görsel olarak estetik bir sunum oluşmuştur. Daha büyük sunumlara elveriş sağlayan Las Vegas'ta bulunan "Sphere", yani Küre, 360 derecelik ses ve görüntü deneyimi sunmaktadır.



Görsel 48: Las Vegas Sphere[78]

Led ekranlı küre şeklindeki yapının iç kapasitesi 18 bin 600 kişi olup içeride sergi ve konser gibi etkinlikler düzenlenebilmektedir. 54.000 metrekarelik bir alanı kaplayan Küre dünyanın en büyük led küresi ve en büyük küre şeklindeki yapısı unvanlarını almıştır. İçerisinde 16K çözünürlük destekleyen 270 derecelik led ekranlar bulunmaktadır. 168.000 hoparlör içeren iç mekân, 10.000 premium

[78] Erişim tarihi: 27.04.2025-22:29
https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g45963-d26357342-Reviews-Sphere-Las_Vegas_Nevada.html#/media/26357342/?albumid=-160&type=ALL_INCLUDING_RESTRICTED&category=-160

koltukludur. Koltuklar koku, rüzgar ve titreşim gibi efektlere sahiptir (Architectural Digest, 2023).



Görsel 49: Sphere iç mekan[79]



Görsel 50: Sphere iç mekan[80]

Bu özellikler ile kişileri gösterinin içine alarak neredeyse gerçek bir deneyim sunan yapı disiplinler arası ürünlerin büyük ve güzel örneklerindendir.

[79] Erişim tarihi: 27.04.2025-22:57
[80] Erişim tarihi 27.04.2025-22:57
https://www.corporateeventnews.com/news/behind-scenes-first-corporate-event-keynote-las-vegas-sphere

Refik Anadol, Sphere medya mimari yapısının ilk sanatçısı olarak eserlerini sergilemiştir. 1 Eylül-31 Aralık 2023 tarihleri arasında "Machine Hallucinations: Sphere" veri heykelleri sergilenmiştir. Refik Anadol'un düşüncesi ile birebir uyuşan yapı dijital sanatın mükemmel bir tuvali olmuştur (Refik Anadol, 2023).



Görsel 51: Machine Hallucinations: Sphere[81]



Görsel 52: Machine Hallucinations: Sphere[82]

[81] Erişim tarihi: 27.04.2025-23:14
[82] Erişim tarihi: 27.04.2025-23:15
https://refikanadol.com/works/machine-hallucinations-sphere/

Refik Anadol'un bir diğer projesi "Yaşayan Mimari" isimli yapay zekâ veri heykelidir. İspanya'da bulunan "Casa Batllo" binası İspanyol mimar Antoni Gaudi'nin eseridir. 2005 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne girmiştir.



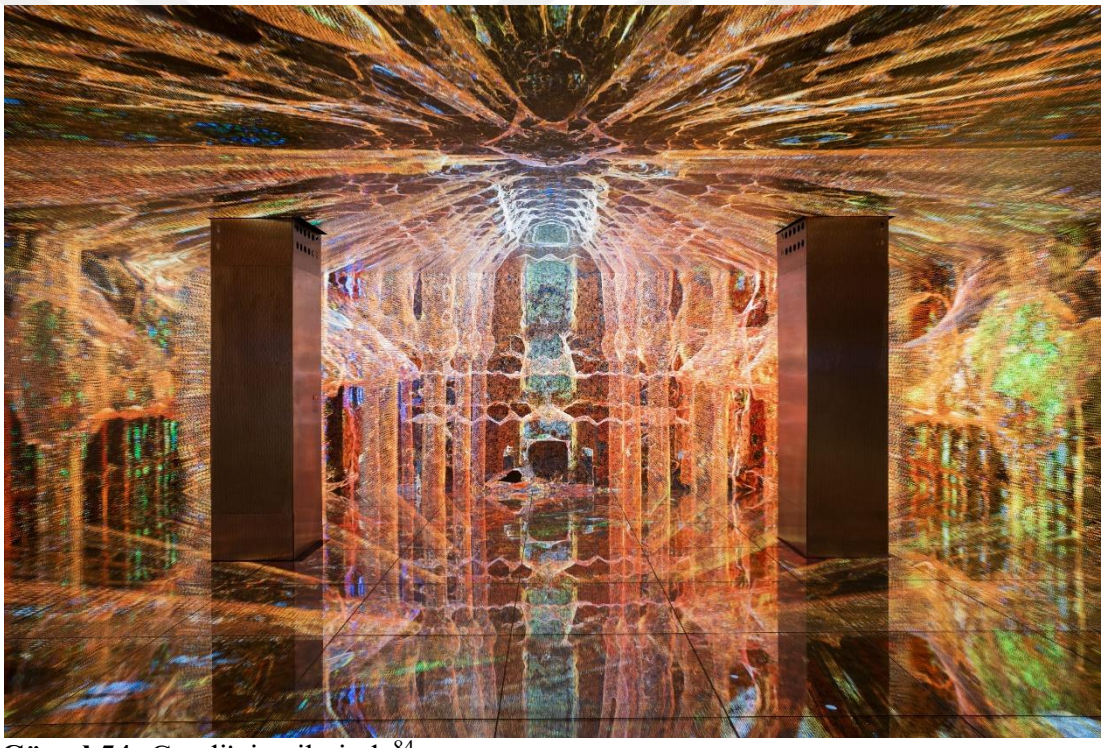
Görsel 53: Casa Batllo dış cephe[83]

Binanın ön cephesinde bulunan balkon ve destek elemanları birer kemik şeklindedir. Balkonların görüntüsü kafatasını andırırken kemikler ise destek

[83] Erişim tarihi: 27.04.2025-23:49
https://www.barcelona-tourist-guide.com/tr/gaudi/casa-batllo.html

elemanlarıdır. Antoni Gaudi, binanın renkleri için deniz içerisindeki ekosistemden ilham almıştır. Cephede seçilen renkler mercanların renkleridir. Çatıya bakılacak olursa renkli, sık döşenmiş kiremitler ile pullu deniz canlısını andırmaktadır.

Refik Anadol, yapıdan etkilenerek başlattığı "Gaudi'nin Zihninde" isimli projesini, sanatçının kafasındaki dalgalanmaları ve çizimleri, binanın görsellerini, fotoğraflarından oluşan bir milyar veriye yakın bir altyapıyla altıgen bir küp oda içerisinde gerçekleştirmiştir.

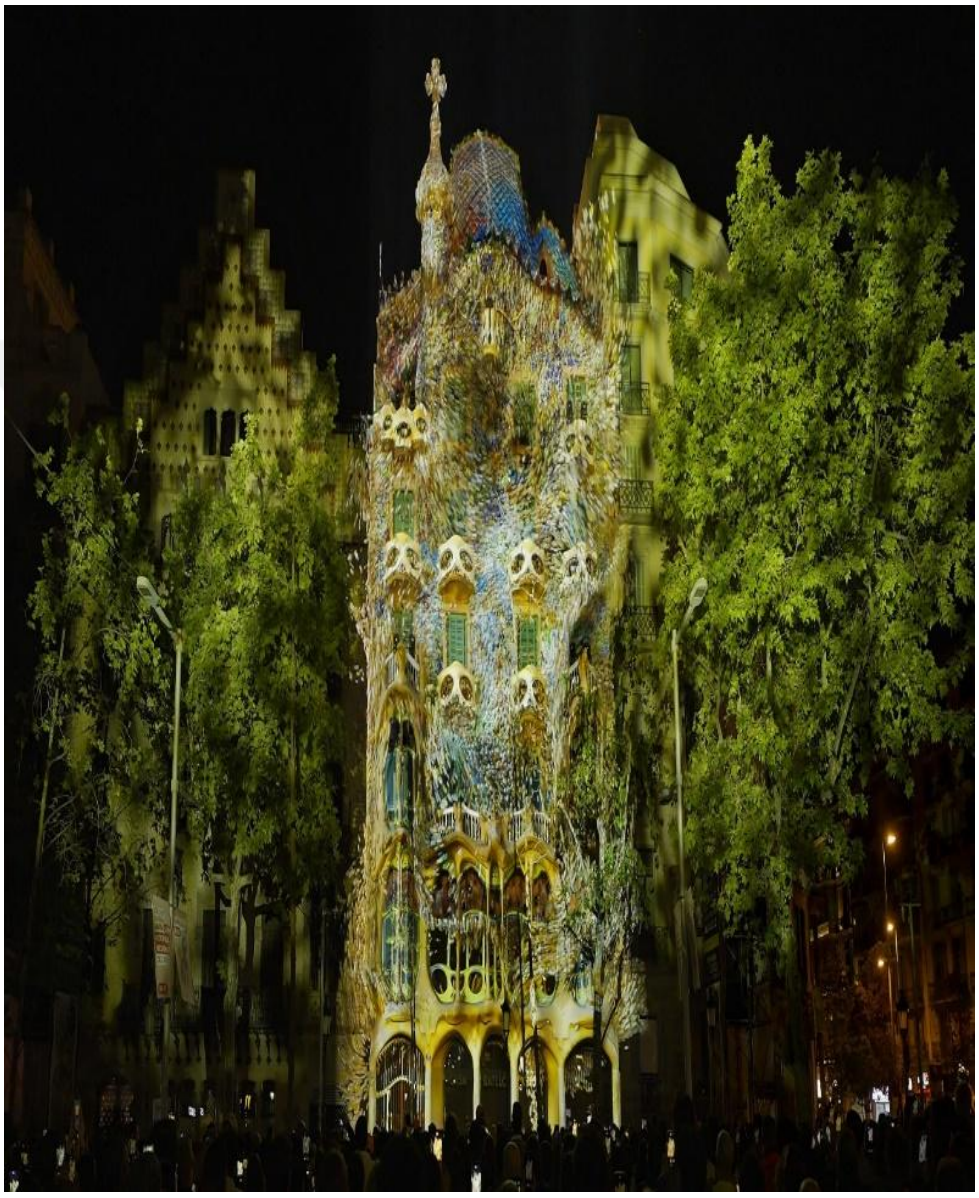


Görsel 54: Gaudi'nin zihninde[84]

Ardından bina yüzeyine yansıtılan tasarımlarla gerçekleşen gösteri, şehrin iklim verilerini kullanarak dinamik bir NFT biçimli gösteri olmuştur. Gösteriye

[84] Erişim tarihi: 28.04.2025-00:12
https://refikanadolstudio.com/projects/living-architecture-casa-batllo/

50.000 kişi katılmıştır. Ayrıca NFT biçiminde temsil edilen ilk UNESCO Dünya Mirası yapısı olmuştur (Refik Anadol, 2023).



Görsel 55: Casa Batllo[85]

[85] Erişim tarihi: 28.04.2025-00:16
https://refikanadolstudio.com/projects/living-architecture-casa-batllo/



Görsel 56: Casa Batllo[86]

[86] Erişim tarihi: 28.04.2025-00:17
https://refikanadolstudio.com/projects/living-architecture-casa-batllo/



Görsel 57: Living Architecture: Casa Batlló NFT[87]

Yaşayan mimari NFT koleksiyonunda olan Casa Battlo, 0,457 WETH yani 824 dolardan teklif almıştır (OpenSea, 2023). Bu çalışmayla birlikte dijital sanatın, tıpkı duvar boyama gibi yapılarıda ve yeni nesil tuvallerin üzerine işlendiğinide seyir zevki yüksek eserler çıkartabildiği gösterilmiştir. Disiplinler arası bu sanat türü değişen ve gelişen dünya içerisinde icra edilen sanat sahnesinde insanı merkeze koyarak insanın etrafında sanatı oluşturmaktadır.

Blokzincir teknolojisinin NFT eserleri sadece görsel olarak değil işitsel sanatlarda da kendisini göstermektedir. Müzik sektöründe iyileştirme sağlayan

[87] Erişim tarihi: 28.04.2025-00:37
https://opensea.io/assets/ethereum/0x7948f7ff1158b338a898e80ce8b1c3c964a80cec/297

NFT’ler telif hakları ihlalleri ve kullanım haklarının takibinde kolaylık sağlamaktadırlar. Blokzincir teknolojisinde veriler, bir sonraki blok üzerine aktarıldığı için verilere bakılarak hangi şarkının ve şarkıcının kaç defa dinlendiğinin kontrolünü sağlamanın yanı sıra toplanan verilerin değiştirilmesine imkân vermemesi sebebi ile sanatçıyı ve haklarını mevcut düzenden daha kolay ve kapsamlı korumaktadır (Şenkardeş, NFT'le ve Müzik Endüstrisi, 2022).

5.7. Sanal Gerçeklik ve Müzeler

Sanal gerçeklik, gerçek olmayan bir düzlem üzerinde yaşanabilen çeşitli olayları, tecrübe ve pratik tecrübeleri günümüzde toplum içerisinde yaygınlaşmaya başlayan bir teknolojidir. Teknik olarak bakacak olursak kullanıcının hazırlanan yerin içerisindeymiş gibi hissettiği, üç boyutlu yapay ortamın içerisinde olduğu bir platformdur.

1955 yılında Morton Heilig, “Geleceğin Sineması” başlıklı makalesinde çok duyulu tiyatro vizyonunu aktarmıştır. Heilig’e göre 50’lerin sinemasının görsel ve işitsel olarak sınırlı kalması üzerine yeni bir çarenin, ilacın zamanının geldiğini düşünür. Ona göre sinema deneyimi bu sınırda kalmamalı koku, duyu ve hareket dahil edilerek kapsayıcı bir hale gelmelidir. Kalabalık sahnelerin ayak vuruşları, arabaların titreşimi, kafede servis edilen yemeğin kokusu, yazın sahil kenarında yürürken yüzünü okşayan meltemin hissi… Heilig’e göre bu tür etkenler sinemanın içerisine eklenerek seyirciyi senaryonun bir parçası haline getirmelidir. Günümüze gelindiğinde Heilig’in bu hayali “Sphere” ile gerçekleşmiş sayılabilmektedir.

1962 yılında Heilig, “Sensorama” isimli mekanik çok modlu bir tiyatro prototipi yaptı. İçerisinde 5 kısa film oynattı (History of Informations, 2025).

Teknolojik gelişmeleri yüzeysel gösteriş araçları olarak görmeyen Heilig, insan tecrübesini derinleştirici ayrıca sanatsal pratiklerin gelişimini sağlayacak bir araç olarak görmekteydi (Word Press, 2014).



Görsel 58: Sensorama[88]

Çok sayıda bilgisayar çiziminin bir araya gelmesiyle oluşan ve kişilerin tepkilerine cevap veren bir dünya olan sanal gerçeklik, 360 derece görüntü ve uzamsal ses teknolojisinin kullanıldığı, tasarlanan bir dünya içerisinde gezebildiğimiz, eğitim yazılımı sayesinde pratik yapabildiğimiz veya gitmek

[88] Erişim tarihi: 29.04.2025-02:27
https://www-historyofinformation-com.translate.goog/image.php?id=2078&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=tc

istediğimiz yerleri gidip gördüğümüz ayarlanabilir bir dünyadır. Sanal gerçeklik sadece eğlence amaçlı değil, eğitim, sağlık, mimarlık ve askerî alanlarda simülasyonel pratik yaptığımız eğitim aracı olarak da kullanılmaktadır. Böylece oluşabilecek kritik bir durumun senaryosu hazırlanarak bu durum içerisinde nasıl tepki verileceği tecrübe edilmiş olunur. Eğitimler esnasında kullanılan sanal gerçeklik türleri üçe ayrılmaktadır; Tam daldırıcı sistemler, yarı daldırıcı sitemler ve daldırıcı olmayan sistemler (İçten & Bal, Askerî Alanda Artırılmış ve Sanal Gerçeklik Araçlar: Sistemler, Zorluklar ve Çözümler, 2021).



Görsel 59: Sistem türleri[89]

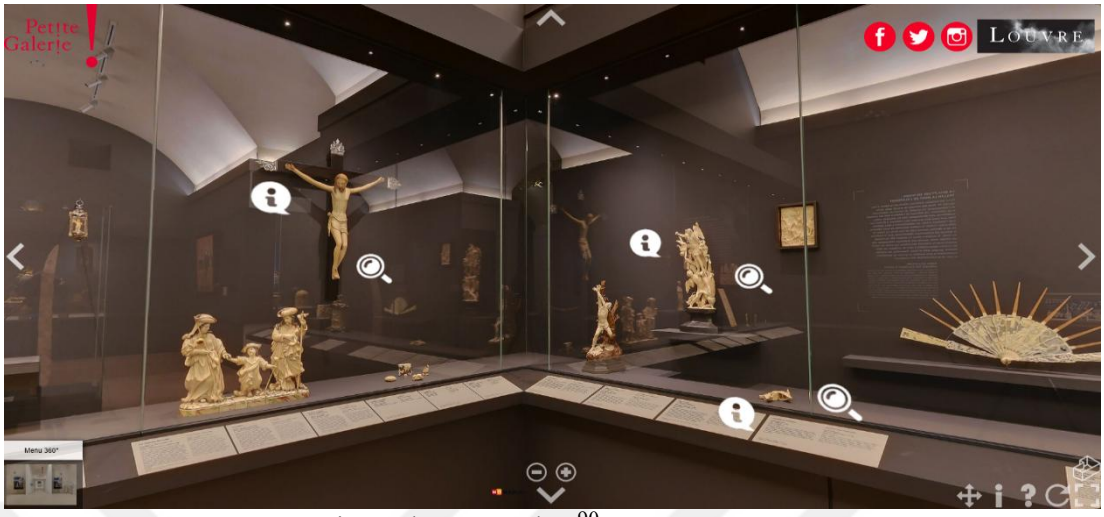
Kavramsal olarak sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları birbirinden ayrıdır. Sanal gerçeklik uygulamalarında kullanıcı tamamen bir dijital ortamın içerisine dahil edilir ve gerçek dünya ile bağlantısı kesilerek alternatif gerçeklik yaratılır. Sanal gerçeklik endüstrisi bu sebeple eğlence sektörü ve oyun endüstrisinde kendisi daha çok göstermektedir.

[89] Erişim tarihi: 29.04.2025-03:08
https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1996396

Artırılmış gerçeklik ise fiziksel gerçekliğe teknoloji unsurlarını entegre ederek kullanıcının deneyimini arttırır ve kolaylık sağlar. Artırılmış gerçekliği güncel olarak hayatımızın her alanında kullanmaktayız. Telefonumuzda olan metre ölçüleri, araç sürerken kullandığımız navigasyon programları gibi hayatımızın parçası olmuş teknolojiler artırılmış gerçekliğin parçasıdır.

Sanal gerçeklik uygulamalarında müzelerin yaratıldığı durumlar kişiyi sanat eserlerinin arasında bırakarak çeşitli efektler ile deneyimi güçlendirmektedir. COVID-19 salgını neticesinde artan sanal gerçeklik uygulamaları insanlar için kapanmalarda dışarıya açılan kapı olmuştur.

Dünya üzerinde altyapısı olan müzelerin büyük bir kısmı arşivlerini dijital ortama geçirerek sanal turlar hazırlamaktadırlar. Museum of Modern Art, New York Metropolitan Müzesi, Paris Louvre Müzesi gibi müzeler belirli bölümleri gezebilecek şekilde turlar yapmaktadırlar.



Görsel 60: Louvre Müzesi sanal turu 2.odası[90]

Türkiye özelinde de müzelerin sanal ortama aktarılması gerçekleşmektedir[91]. Bunun yanı sıra sanal gerçeklik gözlükleri ile gezebileceğimiz çalışmalar yapılmıştır.

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesinde yüksek lisansını yapmış olan Tuğçe ALŞAN, 1. TBMM Binası'nı sanal gerçekliğe aktararak müzeyi sanal ortama taşımıştır (Alşan, 2024). ALŞAN, tezinde 1.TBMM Binası'nın dış cephe, dış cephede bulunan pencere, kapı, merdiven, tırabzan, cephe dokusunun fotoğraflarını çekerek AutoCad, 3DsMax gibi programlarda modelleyerek aslına uygun bir biçimde oluşturmuştur. Dış alan için haritalardan konum ve topografik haritasını ilgili programların içine atarak modellenen binayı aslına uygun konuma yerleştirerek gerçeklik kazandırmıştır. Dış cephenin ardından bina içerisindeki koridor, tavan, zemin, duvarlar, pencereler eklenerek ve aslına uygun modellenerek

[90] Erişim tarihi: 29.04.2025-18:11
https://www.louvre.fr/visites-en-ligne/petitegalerie/saison6/

[91] Aişe Hümeyra Bulovalı, "Sanal müzeler pandemi döneminde tarih ve sanatseverleri yepyeni bir keşfe çıkardı", https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/sanal-muzeler-pandemi-doneminde-tarih-ve-sanatseverleri-yepyeni-bir-kesfe-cikardi/2250820#, (22.05.2021).

gerçekçilik kazanımı yükseltilmiştir. İlgili birimlerin dokularını gerçeğe yakın bir alanda ifade edebilmek programa hakim olmayı gerektirirken zaman alıcı bir iştir (Tuğçe Alşan, 2024). Müzenin sergi odaları ve odalardaki eserler konum ve model bakımından aslına uygun olarak oluşturulmuş, odaların içerisindeki eşyalar dikkatle yerleştirilmiş ve aynı şekilde modellenmiştir. Modellenirken görsellerin aslına uygun olmasına dikkat edilmiştir. Oluşturulan parçalar bir araya getirilerek DataSmith yardımıyla tek bir dosya oluşturularak yürütme motoru olan Unreal Engine motoruna konularak çalıştırılmış ve uygulama çalışır hale gelmiştir. Yapılan testler ile sorunlar tespit edilip düzeltilmiş ve sorunsuz sanal gerçeklik müzesi deneyimi oluşturulmuştur.

Erişebilirlik açısından fiziken müzeye gidemeyen engelli vatandaşlarımız, bu sanal gerçeklik turlarıyla beraber ilgi duyduğu kültürel sergileri ziyaret edebilme fırsatı bulmaktadırlar. Bu tür uygulamalar neticesinde pandemi gibi global çapta olayların getirisi olan kapanmalarda öğrenciler veya meraklı olanlar gezilerini online olarak gerçekleştirebilme fırsatı bulmuştur. Fiziksel mekanların sınırını kaldıran bu çalışmalar, şartları el vermeyen vatandaşlara birer imkân olmaktadır. Ayrıca gelişmiş teknoloji ürünlerinin piyasa içerisinde yaygınlaşması o seri ürünlerin veya onlara bağlı alt sürümlerin halk arasında yaygınlaşmasını sağlayarak teknolojiye erişimi artırmaktadır. Sanat eserleri korunması açısından fayda sağlayan bu tür kullanımlar masrafları düşürdüğü gibi gelecek olan zarar maliyetlerini de engellemektedirler.



Görsel 61: Mona Lisa saldırısı görseli[92]

29 Mayıs 2022 tarihinde Louvre Müzesin'deki Leonardo di ser Piero da Vinci'nin ünlü eseri Mona Lisa'ya iklim aktivistleri tarafından saldırı gerçekleştirilmiştir (CNN Style, 2022). İlk saldırıdan farklı olarak, bu olayda eser, cam kalıp içinde bulunması ve ayrıca röprodüksiyon niteliği taşıması nedeniyle herhangi bir zarar görmemiştir. Mona Lisa'ya yapılan ilk saldırı olmamasına rağmen riskin ortada olduğu durumlarda sanal gerçeklik turları bu saldırıların önüne geçerek riski ortadan kaldırabilmektedir. Küratörlerin çalışmalarıyla sergilerin rotası ve eserlerin yeri açıklama metinlerine göre ayarlanarak veya misafir eserlerin hikâyeleri kronolojik sıraya konularak olay örgüsüne dayalı sanal turlar icra edilmesi sağlanabilmektedir.

Büyük video oyun şirketleri, yaptıkları tarihî oyunlarda dönemin tarihî kişilerini, dönemin mimarisini, kıyafetlerini modelleyip simüle ederek oyuncuların deneyimine sunmaktadır. Günümüzde bulunmayan fakat tarihi kaynaklarda varlığını

[92] Erişim tarihi: 29.04.2025-23:46
https://edition.cnn.com/style/article/mona-lisa-louvre-cake-attack/index.html

bildiğimiz mimari yapıları bilgisayar oyunları sayesinde görerek tecrübe etme şansımız olabilmektedir.



Görsel 62: Assassin's Creed Origins İskenderiye Feneri[93]

Ubisoft isimli oyun şirketinin serisi olan Assassin's Creed serisinin 2017 yılında çıkış yapan Origins isimli oyununda bulunan dünyanın 7 harikasından biri olan İskenderiye Feneri'nin içerisinde ve çevresinde dolaşıp inceleyebilmekteyiz. Antik Mısır medeniyetinde geçen oyunda, sosyal yaşam, Mısır mimarisi, döneminin ünlü karakterleri olan Sezar, Kleopatra, Brutus, Cassius'u görebilmekteyiz.

[93] Erişim tarihi: 30.04.2025-02:52
https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Lighthouse_of_Alexandria



Görsel 63: Alman Arkeolog Hermann Thiersch'in İskenderiye feneri çizimi[94]

Pandeminin gelip tedbirlerin alınmasıyla evlerine kapanan insanlar bilgisayar oyunları ve sanal gerçeklik etkinliklerini kullanmaya başlamışlardır. Bu süre içerisinde müzeler sanal turlarını ücretsiz yapıp aktif hale getirmiş binlerce insanın evlerinde kaliteli vakit geçirmesini sağlamıştır (Ada, İnce, & Olcay, 2022), (Anadolu Ajansı, 2021).

Ubisoft'un 2018 yılında yayınladığı "Discovery Tour: Ancient Egypt" isimli sanal müze, Assassin's Creed Origins oyununun senaryosunda geçen Antik Mısır medeniyetini müze haline getirerek bizlere sunmuştur (Fandom, 2018).

[94] Erişim tarihi: 30.04.2025-02:57
https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Lighthouse_-_Thiersch.png



Görsel 64: Discovery Tour by Assassin's Creed: Ancient Egypt ekran görüntüsü[95]

Görselde, Mısırlıların günlük hayatından ve sosyal yaşamdaki kadın-erkek eşitliğinden bahsetmektedir (Fandom, 2018). Tur içerisinde ilgili noktaya gelerek görüntü animasyona kitlenir ve hedef konu göz önüne konur. Platforma göre tuşlara basılarak konunun bilgi metni ortaya çıkar ve konu anlatılmaya başlanır.

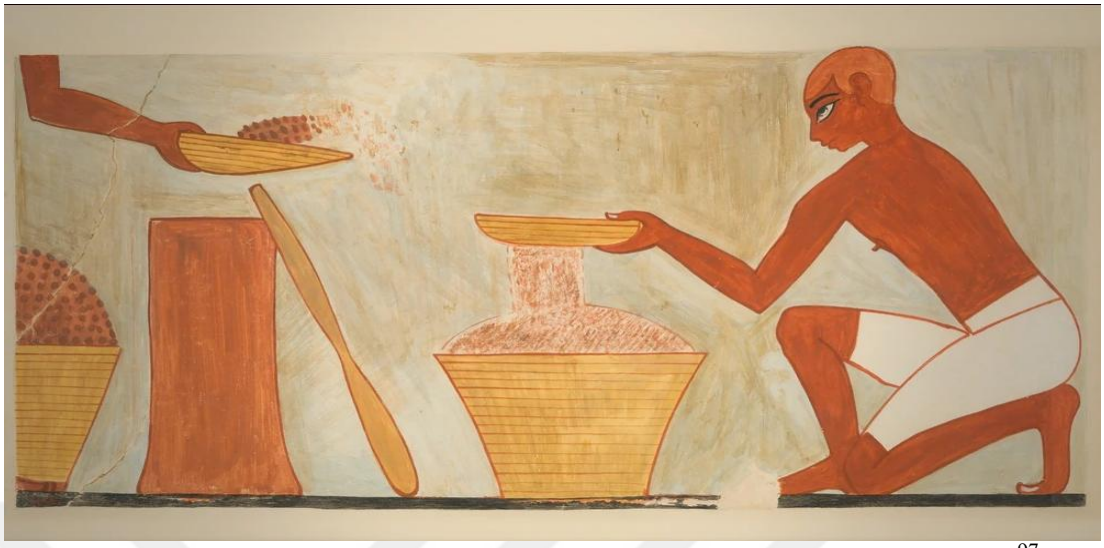
[95] Erişim tarihi: 30.04.2025-03:34
https://store.steampowered.com/app/775430/Discovery_Tour_by_Assassins_Creed_Ancient_Egypt/



Görsel 65: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü[96]

Tahıl işleme isimli anlatıda Mısırlıların hasat ettikleri tahıllardan un yapmaları ve yapılış aşamaları anlatılmaktadır (Fandom, 2018).

[96] Erişim tarihi: 30.04.2025-03:46
https://store.steampowered.com/app/775430/Discovery_Tour_by_Assassins_Creed_Ancient_Egypt/



Görsel 66: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü[97]



Görsel 67: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü[98]

[97] Erişim tarihi: 30.04.2025-03:52
https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Tours:_Ancient_Egyptian_Cultivation?file=DTAE_-_Mural_scene_of_sifting_meal.png#Grain_Processing

[98] Erişim tarihi: 30.04.2025-03:55
https://store.steampowered.com/app/775430/Discovery_Tour_by_Assassins_Creed_Ancient_Egypt/

Harmanlama ve Ezme başlıklı anlatıda buğdayların saplarından ve kabuklarından nasıl ayrıldığını, ayılan sapların tuğla ve kerpiç yapımında güçlendirici olarak kullanıldığı anlatılmaktadır (Fandom, 2018).



Görsel 68: Discovery Tour by Assassin's Creed Ancient Egypt ekran görüntüsü[99]

Kayıp Burun isimli anlatıda Sfenks'in düşmüş burnu hakkında bilgi verilmektedir. Rivayete göre Napolyon askerlerine top atışı talimi yaptırırken burnun düştüğü anlatılır. Fakat o tarihten önceki belgelerde Sfenks'in burnunun olmadığı görülmektedir (Fandom, 2018). Görselde kullanılan tablonun adı "Bonaparte Before the Sphinx", Jean Leon Gerome'a ait yağlı boya tablodur. Sanal tur içerisinde tablonun bilgisi de verilmektedir.

[99] Erişim tarihi: 30.04.2025-04:01
https://store.steampowered.com/app/775430/Discovery_Tour_by_Assassins_Creed_Ancient_Egypt/

SONUÇ

Bu tez çalışması, kültürün tarihsel gelişim sürecini ele alarak dijital çağda kültürel ve sanatsal üretimin geçirdiği dönüşümü görsel kültür perspektifinden incelemiştir. Kültürün tarih öncesi dönemlerden bu yana sürekli olarak toplumsal, teknolojik ve ekonomik faktörlerle şekillendiği ortaya konmuş; Sanayi Devrimi'nin bu dönüşümde bir kırılma noktası olduğu vurgulanmıştır. Sanatın üretim ve alımlanma biçimlerinde yaşanan değişim hem kültürel normları hem de görsel anlatım dilini yeniden tanımlamıştır. Dijital teknolojilerin yaşamın her alanına nüfuz ettiği günümüzde kültür ve sanat da dijital ortamlar aracılığıyla yeniden inşa edilmekte, bu süreçte görsel kültür disiplininin sunduğu bakış açıları önem kazanmaktadır.

Bilgisayar oyunları ve NFT'ler gibi dijital sanat pratikleri, yalnızca yeni teknik araçlar sunmakla kalmamakta; aynı zamanda bireylerin estetik algısını, sanatla kurduğu ilişkiyi ve kültürel etkileşimi dönüştürmektedir. Bu yönüyle dijital, izleyicisini sadece pasif bir alıcı olmaktan çıkarıp, etkileşimli bir katılımcıya dönüştürmekte, sanatın demokratikleşmesine katkı sağlamaktadır.

Tez kapsamında yapılan değerlendirmeler, dijital sanat biçimlerinin görsel kültür bağlamında yalnızca yüzeysel bir yenilik değil, aynı zamanda derin yapısal bir dönüşüm sunduğunu göstermiştir. Bu bağlamda dijital kültür, günümüz insanının görsel dünyayı algılama, yorumlama ve üretme biçimlerini yeniden şekillendirmektedir. Bu çalışma, dijitalleşen kültürel ortamda sanatın değişen doğasını anlamaya yönelik bir katkı sunmayı hedeflemiş; görsel kültür disiplini çerçevesinde yeni medya biçimleriyle ortaya çıkan estetik ve düşünsel açılımlara

dikkat çekmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalar için, dijital sanatın sosyal medya, yapay zekâ, sanal gerçeklik gibi farklı boyutlarının da derinlemesine incelenmesi, bu dönüşümün daha geniş bir perspektifle kavranmasına olanak sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Ada, M., İnce, E., & Olcay, A. (2022). *Sanal Müze Turlarının Covid-19 Pandemi Sürecinde Eğitsel Amaçlı Kullanılması Üzerine Nitel Bir Araştırma.* Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.

Adorno, T. W. (2024). *Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi.* İstanbul: İletişim yayınları.

Akın, G. (2019). *XVIII.-XIX. Yüzyıl Berlin Mimarisinde Neoklasik Üslup.* Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alşan, T. (2024). *Tarihi yapıların sanal gerçekliğe aktarılması: kurtuluş savaşı müzesi 81.TBMM binası) örneği.* Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Anadolu Ajansı. (2021, Mayıs 22). *Sanal müzeler pandemi döneminde tarih ve sanatseverleri yepyeni bir keşke çıkardı*. Anadolu Ajansı Kültür: https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/sanal-muzeler-pandemi-doneminde-tarih-ve-sanatseverleri-yepyeni-bir-kesfe-cikardi/2250820 adresinden alındı

Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization.* Minneapolis: University of Minnesota Press.

Aral, A. E. (2020). *Somut olmayan kültürel mirasın eğitimi ve kültürün aktarımı: Türkiye örneği.* Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Architectural Digest. (2023, Ekim 23). *The Sphere: Everything you need to know about the $2.3 billion event venue*. Architectural Digest: https://www.architecturaldigest.com/story/the-sphere-everything-you-need-to-know-about-event-venue?utm_source=chatgpt.com adresinden alındı

Arnason, H. H., & PRATHER, M. (1974). *History of Modern Art.* Londra: Thames and Hudson.

Artut, K. (2004). *Sanat Eğitimi. Kavramları ve Yöntemleri.* Ankara: Anı yayıncılık.

Aslan, N. (2024, Kasım 11). *Kandinsky'de Renklerin Anlamları Üzerine.* İva Sanat: https://ivasanat.com/blog/kandinskyde-renklerin-anlamlari-uzerine/ adresinden alındı

Aytaç, Ö. (2006, Haziran 01). Neden Tüketiyoruz ? Kuramsal Değerlendirme. *Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskacında Boş Zaman.*, s. 30.

Aytaç, Ö. (2006). *Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskacında Boş Zaman.* Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.

Baudrillar, J. (2004). *Tüketim toplumu.* İstanbul: Ayrıntı yayınları.

Bayhan, V. (2011). Tüketim toplumunda bireyin ontolojik mottosu: "tüketiyorum öyleyse varım". *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 221-248.

Bayrak, Z. (2022). *Pop Art sanatında nesneleşen insan.* Giresun: Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Becan, C. (2015). *Reklamı Tres Yüz Etmek.* Konya: Eğitim kitabevi.

Beksaç, E. (1994). *Avrupa sanatı.* İstanbul: Troya yayıncılık.

Beksaç, E. (1994). *Avrupa Sanatı.* İstanbul: Troya Yayıncılık.

Berger, J. (2022). Görme Biçimleri. J. Berger içinde, *Görme Biçimleri* (s. 13). İstanbul: Metis yayınları.

Berksun, E. (2018). *Sanayide Endüstri 4.0 süreçleri: Çorum sanayisinde bir uygulama.* Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Biçer, A. A., & TUNA, Y. (2020). Tüketim anlayışındaki dönüşüm. A. A. BİÇER, & Y. TUNA içinde, *Sanayi politikaları: Ekonomik ve sosyal eğilimler* (s. 88). İstanbul: Hiperyayın.

Bilen, A. Y. (2020). *İktisadi Düşünce Tarihinde Sanayi Devrimi: Geçmişten Günümüze.* Niğde: Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü.

Bilgi Platformu. (2024, Mayıs 14). *ERC-721 Nedir ?* BTC Türk Bilgi Platformu: https://bilgiplatformu.btcturk.com/blokzinciri/erc-721-nedir/ adresinden alındı

Bruns, K., & Hermann Meyer, H. (2012, Eylül 03). *Gesamtkunstwerk*. filmlexikon: https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/g:gesamtkunstwerk-7943?do= adresinden alındı

CNN Style. (2022, Mayıs 31). *The "Mona Lisa" has been caked in attempted vandalism stunt*. CNN Style: https://edition.cnn.com/style/article/mona-lisa-louvre-cake-attack/index.html adresinden alındı

Çağla Gül Şenkardeş. (2022). Yeni bir kripto para çeşidi: NFT. Ç. G. Şenkardeş içinde, *Blokzincir teknolojisi ve NFT'ler* (s. 112). İstanbul: Ceres yayınları.

Çalış, M. (2020). *Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Onay İhtiyacı ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki.* İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Çalışkan, N., & Kılıç, E. (2014, Ağustos 1). Farklı Kültürlerde ve Eğitimsel SÜreçte Renklerin Dili. *Ahi Evren Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, s. 69-85.

Çelik, S. (2018, Kasım 23). Anik Yunanda Müzikle Tedavi: Bergama Asklepion Örneği. *I. uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*, s. 1007-1010.

Çelik, Ş. A. (2012). *Kültür endüstrisi, üç yanlış bir doğru.* İstanbul: Literatür yayıncılık.

Demirdöğmez, M. (2021, Mayıs 20). Pazarlamada Renkler ve Sektörel Yansımaları. *USBILIM 1st International Conference on Education, Economy, Management and Social Sciences* , s. 16-38.

Dewji, N. (2021, Eylül 15). *White and Gold Were Official Colours of the Fatimids, Mawlana Hazar Imam's Ancestors*. Word Press: https://nimirasblog.wordpress.com/2021/09/15/white-and-gold-were-official-colours-of-the-fatimids-mawlana-hazar-imams-ancestors/ adresinden alındı

Diamond, J. (1997). *Guns, Germs and Steel: The Fates of Human Societies.* Londra: W.W. Norton & Company.

Dirlik, M. (2022, Haziran 30). Bizans İmparatorluğunda İkonoklazm Hareketi ve İslam Dininin Etkisi. *Kadim Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 47-59.

Doğanay, E., & Göde, H. A. (2023, Aralık 31). Sokaktan Ekrana Çocuk Oyunları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 157-182.

Doyle, K. (2021, Mart 22). *The Colour Purple*. British Library: https://blogs.bl.uk/digitisedmanuscripts/2021/03/the-colour-purple.html adresinden alındı

Duran, A. (2018). *Barok Dönemde Bir Kadın Ressam: Artemisia Gentileschi.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ekici, D. K. (2013, Ocak 01). Fayyum Portreleri . *Karabük Ünivesitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Degisi*, s. 27-36.

Entertainment software association. (2011). *Essential facts about the computer and video game industry.* Massachusetts: Entertainment software association. Entertainment software association: https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/2011-EF-FINAL.pdf adresinden alındı

Entertainment Software Association. (2024). *Essential Facts About the U.S. Video Game Industry.* Massachusetts: Entertainment Software Association.

Erdem, M. T., & Baran, A. G. (2017, Ocak 01). Gençlik araştırmaları dergisi. *Gençlerin bilişim teknolojilerini kullanım ve yetenekleri ve e-güvenlik yaklaşımlarına dair bir araştırma*, s. 5-32.

Evrim Ağacı. (2023, Ekim 01). *Evrim Ağacı*. youtube: https://www.youtube.com/watch?v=Ln3AfeqktHI adresinden alındı

Fandom. (2018, Ocak 20). *Discovery Tour: Ancient Egypt*. Assassin's Creed Wiki: https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Discovery_Tour:_Ancient_Egypt adresinden alındı

Fandom. (2018, Ocak 20). *Tours: Ancient Egyptian Cultivation*. Assassin's Creed Wiki: https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Tours:_Ancient_Egyptian_Cultivation#Grain_Processing adresinden alındı

Fandom. (2018, Ocak 20). *Tours: Ancient Egyptian Cultivation*. Assassin's Creed Wiki: https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Tours:_Ancient_Egyptian_Cultivation#Threshing_&_Winnowing adresinden alındı

Fandom. (2018, Ocak 20). *Tours: The Egyptian Household*. Assassin's Creed Wiki: https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Tours:_The_Egyptian_Household adresinden alındı

Fandom. (2018, Ocak 18). *Tours: The Riddles of the Sphinx*. Assassin's Creed Wiki: https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Tours:_The_Riddles_of_the_Sphinx adresinden alındı

Faure, P. (1992). *Rönesans- Cep Üniversitesi.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Fearthstone, M. (2013). *Postmdernizm ve Tüketim Kültürü.* İstanbul: Ayrıntı yayınları.

Genç, R., & Turna, G. B. (2023, Haziran 26). The mediating effect of attitude towards online advertising in the influence of social media addiction on online purchase intention. *Business and Management Studies an International Journal*, s. 511-531.

Gerken, T. (2024, Ocak 08). *Apple, iPhone'ları kasıtlı olarak yavaşlattığı iddiaları üzerine ABD'de tazminat ödemeye başladı.* BBC News Türkçe: https://www.bbc.com/turkce/articles/cj7g89kgrk9o#:~:text=Teknoloji-,Apple%2C%20iPhone'lar%C4%B1%20kas%C4%B1tl%C4%B1%20olarak%20yava%C5%9Flatt%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20iddialar%C4%B1%20%C3%BCzerine,ABD'de%20tazminat%20%C3%B6demeye%20ba%C5%9Flad%C4%B1&text=Apple adresinden alındı

Germaner, S. (1996). *1960 Sonrası Sanat.* İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Gombrich, E. H. (2007). *Sanatın Öyküsü.* İstanbul: Remzi kitapevi.

Gökgöz, E. (2019). *Marka İmajı ile Tüketici Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması.* İstanbul: İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimle Enstitüsü.

Göktepe, M. (2020, Ocak 31). Romantizm Sanat Akımı ve Sanatçıları Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Arts*, s. 45-66.

Gülbudak, Ö. (2017). *Rönesans, Maniyerizm ve Barok resim sanatında Hz. Musa tasvirleri.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güven, E. Ö. (2009, Ocak 01). Hedonik tüketim: Kavramsal bir inceleme. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, s. 65-72.

Güvenç, B. (1979). *İnsan ve Kültür.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hagtvedt, H., & Patrick, V. M. (2014). *Consumer Response to Overstyling: balancing Aesthetics and Funtionality in Product Design.* New York: Psychology & Marketing.

Haldun, İ. (2007). *Mukaddime.* İstanbul: Dergah yayınları.

Hatipler, M. (2017, Haziran 20). Postmdernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 39.

Hatipler, M. (2017, Haziran 20). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 32-50.

History of Informations. (2025, Haziran 11). *The Sensorama: One of the First Functioning Efforts in Virtual Reality*. History of Informations: https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=2785 adresinden alındı

Hobsbawm, E., & Ranger, T. (1983). *The Invention of Tradition.* Cambridge: Cambridge University Press.

İçten, T., & Bal, G. (2021, Kasım 05). Askerî Alanda Artırılmış ve Sanal Gerçeklik Araçlar. *Savunma Bilimleri Dergisi*, s. 169-199.

İçten, T., & Bal, G. (2021, Kasım 05). Askerî Alanda Artırılmış ve Sanal Gerçeklik Araçlar: Sistemler, Zorluklar ve Çözümler. *Savunma bilimleri dergisi*, s. 174.

İnan, A. (1986). *Tarihte ve Bugün Şamanizm Materyaller ve Araştırmalar.* Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Irwin, D. (2024, Eylül 12). *Neoclassical art*. Britannica: https://www.britannica.com/art/Neoclassicism adresinden alındı

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and New Media Collide.* Londra: New York University Press.

Johns Hopkins University. (2015, kasım 03). *Science News*. ScienceDaily: https://www.sciencedaily.com/releases/2015/11/151103140444.htm adresinden alındı

Kandinsky, W. (1977). *Concerning the Spiritual in Art.* New York: Dover Publications.

Kayserili, A. (2011, Eylül 14). Carl Ortwin Sauer ve Kültürel Coğafya. *Doğu Coğrafya Dergisi*, s. 177-190.

Koç, R. (2022, Mayıs 18). İnternetin Keşfiyle Gelen Dijital Kültür. *Dijitalleşen Kültür ya da Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı*, s. 506-510.

Korkmaz, İ. (2023). Kompulsif satın alma. E. Çolakoğlu, & N. Ç. Çetinkaya içinde, *Güncel Gelişmelerle Pazarlama: Konular ve Araştırmalar-1* (s. 41-62). Gaziantep: Özgür Yayınları.

Kroeber, A., & Kluckhon, C. (1952). *Culture: a critical review of concepts and definitions.* New York: The Journal of Philosophy.

Kshetri, N. (2016, Aralık). Cybersecurity in National Security and International Relations. *The Quest to Cyber Superiority*, 53-74.

Labno, J. (2013). *Rönesans- Ayrıntıda Sanat.* İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Lee, J. (2020, Ekim 27). *Why So Many Esports Pros Come From South Korea*. WIRED: https://www.wired.com/story/korean-esports-gaming-class-culture/#main-content adresinden alındı

Lee, J. H. (2004). *Bizans Siyasi ve Sosyal Tarihinde Tasvir Kırıcılık (İkonoklazma) Hareketinin Başlangıç Dönemi.* 2004: İstanbul Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü .

Lİ, Y., & Lİ, J. (2022). *The Influence of Design Aesthetics on Consumers Purchase Intention Toward Cultural and Creative Products: Evidence From the Palace Museum in China.* Çin: Frontiers in Psychology.

Lingo Ace yeni medya ekibi. (2023, Aralık 6). *The Imperial Hue: Exploring the Color of Emperors in Chinese Traditional Culture*. Lingo Ace: https://www.lingoace.com/blog/the-color-of-emperors%3A-exploring-the-charm-of-yellow-in-traditional-chinese-culture-en/?utm_source=chatgpt.com adresinden alındı

Mitchell, W. J. (2002, Ağustos 01). Showing seeing: a critique of visual culture. *Journal of Visual Culture*, s. 165-181.

Nel, A., & Hall, M. (2025, Mayıs 06). *Diamonds, gold and imperialist intervention (1870-1902)*. Britannica: https://www.britannica.com/place/South-Africa/Diamonds-gold-and-imperialist-intervention-1870-1902 adresinden alındı

Norman, D. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everday Things.* New York: New York Basic Books.

OpenSea. (2023, Haziran 29). *NFT Collections by Refik Anadol*. OpenSea: https://opensea.io/assets/ethereum/0x7948f7ff1158b338a898e80ce8b1c3c964a80cec/297 adresinden alındı

Osullivan, B. (2024, Temmuz 11). *Esports World Cup Purse Breakdown: How Much Prize Money Will Winners Earn in 2024*. The Sporting News: https://www.sportingnews.com/us/e-sports/news/esports-world-cup-purse-breakdown-prize-money-2024/9e3a03be4fba244f81576e99 adresinden alındı

Ögel, B. (2014). *Türk Mitolojisi Cilt.II.* Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Özaydın, A. (2002). Türklerin İslamiyeti Kabulü. Kolektif içinde, *Türkler (Orta Çağ) Cilt 4* (s. 412). Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.

Özdemir, M. (2021, Aralık 29). Mağara Resimleri Bize Ne Anlatır? Paleolitik Çağ Mağara Resimleri Bağlamında Tarih Öncesi İnancına İlişkin Bazı Sorgulamalar. *Tarih ve Gelecek Dergisi*, s. 825-843.

Patrick, V. M., Peracchio, L. A., & Townsend, C. (2019, Eylül 3). Everyday Consumer Aesthetics. *Introduction to Special Issue: Uncovering the Potential of Aesthetics and Design to Transform Everyday Life*, s. 306-312.

Precedence research. (2025, Nisan 14). *Non-Fungible Token Market Size, Share and Trends 2025 to 2034*. Precedence research: https://www.precedenceresearch.com/non-fungible-token-market#:~:text=The%20global%20non-fungible%20token%20market%20size%20accounted%20for%20USD,34.53%25%20from%202025%20to%202034. adresinden alındı

Refik Anadol. (2023, Mart 05). *Living Architecture: Casa Battlo*. Refik Anadol: https://refikanadolstudio.com/projects/living-architecture-casa-batllo/ adresinden alındı

Refik Anadol. (2023, Ekim 15). *Machine Hallucinations: Sphere*. Refik Anadol: https://refikanadol.com/works/machine-hallucinations-sphere/ adresinden alındı

Rook, D. W. (1987, Eylül 01). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 189-199.

Sağlık, A. M. (2023). Geçmişten Günümüze Reklam ve Değişim. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2.

Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *İnsan&İnsan*, 66-67.

Sezal, İ. (2002). *Sosyolojiye giriş.* Ankara: Martı yayınları.

Smith, P. (2003). *Rönesans ve Reform Çağı.* İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2007, Ekim 23). *The Definition of Art.* Stanford Encyclopedia of Philosophy: https://plato.stanford.edu/entries/art-definition/ adresinden alındı

Süle, E. (2020). *Paleolitik dönem resim sanatının günümüz resim sanatına yansılamarı.* Tekirdağ: Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şahin, H. (2016, Ocak 31). Modern Sanatta Geleneğin Reddi. *Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, s. 76-85.

Şakiroğlu, M. H. (1996). Haç. Kolektif içinde, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi Cilt 14* (s. 1767). İstanbul: İSAM. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi. adresinden alındı

Şener, İ., & Keleş, A. (2020, Mart 18). Video oyunlarında oyuncunun hikayeye etkileri ve anlatı odaklılık: Andrzej Sapkowski'nin Witcher roman serisinin interaktif bir video oyununa dönüşümü. *Rumeli Dil ve Edebiyat araştırmaları Dergisi*, s. 362-377.

Şenkardeş, Ç. G. (2022). Blokzincir Teknolojisi. Ç. G. ŞENKARDEŞ içinde, *Blokzincir Teknolojisi ve NFT'ler* (s. 15). İstanbul: Ceres yayınları.

Şenkardeş, Ç. G. (2022). NFT'le ve Müzik Endüstrisi. Ç. G. Şenkardeş içinde, *Blokzincir Teknolojisi ve NFT'ler* (s. 101). İstanbul: Ceres yayınları.

Şenkardeş, Ç. G. (2022). Refik Anadol, Dijital Sanat ve NFT'ler üzerine. Ç. G. Şenkardeş içinde, *Blokzincir Teknolojisi ve NFT'ler* (s. 134). İstanbul: Ceres yayınları.

Şenkardeş, Ç. G. (2022). Refik Anadol, Dijital Sanat ve NFT'ler Üzerine. Ç. G. Şenkardeş içinde, *Blokzincir Teknolojisi ve NFT'ler* (s. 141). İstanbul: Ceres Yayınları.

Şenkardeş, Ç. G. (2022). Yeni bir kripto para çeşidi: NFT. Ç. G. Şenkardeş içinde, *Blokzincir teknolojisi ve NFT'ler* (s. 107). İstanbul: Ceres yayınları.

Şenkardeş, Ç. G. (2022). Yeni bir kripto para çeşidi: NFT. Ç. G. Şenkardeş içinde, *Blokzincir teknolojisi ve NFT'ler* (s. 113). İstanbul: Ceres yayınları.

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2024, Ekim 24). *Pop art*. Britannica: https://www.britannica.com/art/Pop-art adresinden alındı

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2024, Ekim 28). *Realism*. Britannica: https://www.britannica.com/art/realism-art adresinden alındı

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2024, Ekim 27). *Romanticism*. Britannica: https://www.britannica.com/art/Romanticism/Music adresinden alındı

The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2025, Nisan 16). *Phoenician alphabet*. Britannica: https://www.britannica.com/topic/Phoenician-alphabet adresinden alındı

Tokgöz, E. (2019, Nisan 26). Hedonik ve Faydacı Tüketimin Dürtüsel ve kompulsif Satın Alma Üzerine Etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 93-108.

Tuğçe Alşan. (2024). *3D Sampler ile dokuların modellenmesi.* Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2021, Eylül 15). *Merkez Bankası Dijital Türk Lirası Ar-Ge Projesi Hakkında Basın Duyurusu.* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası: https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB%20TR/Main%20Menu/Duyurular/Basin/2021/DUY2021-40 adresinden alındı

Tylor, E. B. (1871). *primitive culture.* Londra: John Murray.

Uyanık, G. (2023, Haziran 11). Dijital Medya Platformlarını Henry Jenkins'in Kavramları Üzerinden Okumak. *Etkileşim*, s. 432-444.

Ülger, K. (2024, Nisan 30). Gotik, Rönesans ve Barok Dönem Resim Sanatının Heykel ve Mimari Disiplinleriyle Etkileşiminin Sanat Eserleri Odağında İncelenmesi. *Akademik Sanat*, s. 127-150.

Ünlü, A. B. (2020). *Tüketim Psikolojsinin Toplum Üzerindeki Etkisi ve Sanat Eseri.* Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Resim Anasanat Dalı.

Vikipedi. (2021, Mayıs 12). *Refik Anadol*. Vikipedi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Refik_Anadol adresinden alındı

Word Press. (2014, Ağustos 19). *Morton Heilig "The Cinema of the Future".* Word Press: https://gametechdms.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/08/w6_thecinemaoffuture_morton.pdf adresinden alındı

World Economic Forum. (2021, Nisan 5). *What is blockchain and what can it do?* World Economic Forum: https://www.weforum.org/stories/2021/04/what-is-blockchain/ adresinden alındı

Yalçın, S. (2012). *Sanayi devriminden günümüze özgün baskıresim sanatının önemi ve yüksek öğretimde özgün baskı resim sanat eğitiminin sosyo-kültürel yansıma açısından incelenmesi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Yallıaltın Kaplan, N. (2008). *Popüler Kültürün Tük Resim Sanatı Üzerindeki Etkileri.* İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldız, M. (2020). *Batı Resim Sanatında Sembolizm Bağlamında Doğa Metaforu.* İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

DİZİN

bilgisayar oyunları, i, 1, 11, 51, 52, 55, 56, 60, 71, 100, 102

Blokchain, 74

Dijital Kültür, i, iv, 1, 11, 113

NFT, i, ii, v, vii, ix, 1, 51, 52, 57, 77, 78, 79, 82, 92, 94, 106, 109, 114, 116

Pixel, vi, 56, 57, 59

sanal gerçeklik, 1, 54, 96, 97, 98, 99, 100, 102, 106